

T.C
KÜTAHYA DUMLUPINAR ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
TÜRKÇE VE SOSYAL BİLİMLER EĞİTİMİ ANABİLİM DALI
SOSYAL BİLGİLER EĞİTİMİ BİLİM DALI

**SOSYAL BİLGİLER ÖĞRETMEN ADAYLARININ SOSYAL
MEDYA KULLANIMI İLE MESLEKİ TUTUMLARI
ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ**

Sinem BAYYAR
Yüksek Lisans Tezi

Tez Danışmanı
Prof. Dr. Turgut KARAKÖSE

Kütahya, 2019

Yemin Metni

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum ‘‘Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Sosyal Medya Kullanımı ile Mesleki Tutumları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi’’ adlı çalışmanın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım kaynakların ‘‘Kaynaklar’’ bölümünde gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

.././2019

Sinem BAYYAR

Kabul ve Onay

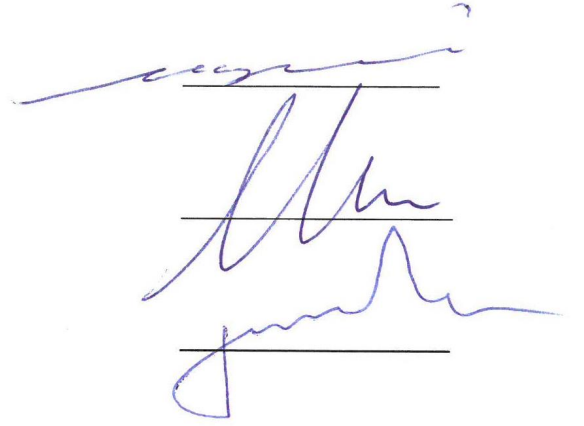
Yazar Sinem BAYYAR'ın hazırladığı "Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Sosyal Medya Kullanımı ile Mesleki Tutumları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi" başlıklı yüksek lisans tez çalışması, jüri tarafından lisansüstü yönetmeliğinin ilgili maddelerine göre değerlendirilip oybirliği ile kabul edilmiştir.

29./11/2019

Prof. Dr. Turgut KARAKÖSE (Danışman)

Doç. Dr. Mehmet Akif HELVACI

Doç. Dr. Ali Faruk YAYLACI



Doç. Dr. Baykal BİÇER

Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürü

Önsöz

Eğitim, insanların davranışlarının değişmesini, bilgilenmelerini ve yaşamsal faaliyetlerini sürdürmelerini sağlayan oldukça önemli bir olgudur. İnsan dünyaya geldiği ilk andan itibaren bir eğitim öğretim süreci içerisinde yer alır. Bu süreç, ailede başlar ve topluma geçişte okullar aracılığıyla işler. Eğitimden kasıt sadece belirli bilgilerin edinilmesi değil, aynı zamanda belirli davranışların da kişiye kazandırılmasıdır.

Geçmişten günümüze eğitim anlayışında ve öğretimdeki metotlar çok çeşitli olarak değişmektedir. 21.yüzyıl bir teknoloji çağıdır ve bu dönemde eğitim özellikle teknolojinin insan yaşamına nüfuz etmesiyle birlikte teknolojik gelişmelerden de faydalanarak şekillenmektedir. Bireyin eğitiminde teknoloji alanında özellikle son yıllarda sosyal medya ve sosyal ağlar kullanılmaktadır. Sosyal medya, sosyal ağlar aracılığıyla medyanın sanal alemde var olması durumunu ifade etmektedir. Günümüzde Facebook, Twitter, Instagram gibi sosyal ağlar sayesinde insanlar sosyal medyayı aktif olarak kullanmakta, iletişim sağlamakta ve interaktif bilgi edinim sürecine katılmaktadır. Bu durum, sosyal medyanın yaşamın her alanında kullanılmasının aynı zamanda eğitim alanına uygulanmasının ve eğitimde sosyal medyadan faydalanılmasının önünü açmaktadır.

Bu çalışmada eğitim teknolojileri alanında sosyal medya kullanımı ele alınmıştır. Çalışmanın amaç ve kapsamının belirtilmesinin ardından internet teknolojisi, yeni medya ve sosyal medya konularına değinilerek ilgili konudaki saha çalışmaları ve sosyal medya kullanımının olumlu/olumsuz noktaları ile çalışma desteklenmiştir.

Teşekkür

Çalışmamın her aşamasında desteğini esirgemeyen saygıdeğer danışman hocam Prof. Dr. Turgut KARAKÖSE'ye ve veri toplama araçlarını yanıtlama nezaketi gösteren Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarına katkılarından dolayı teşekkür ediyorum. Ayrıca, yüksek lisans tez jürimde yer alarak görüş ve önerileriyle araştırmama önemli katkılar sağlayan Doç. Dr. Mehmet Akif HELVACI'ya ve Doç. Dr. Ali Faruk YAYLACI'ya da teşekkürlerimi sunarım.

Son olarak araştırmam boyunca her zaman destek olan sevgili annem Saadet SARMIŞ, eşim Mehmet Ümit BAYYAR'a ve tez çalışmam nedeniyle uzun saatler boyunca bensiz kalan kızım Mihrimah Asya BAYYAR'a gösterdiği sabır için sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Kütahya, 2019

Sinem BAYYAR

İçindekiler

Yemin Metni	i
Kabul ve Onay.....	ii
Önsöz	iii
Teşekkür.....	iv
İçindekiler	v
Tablolar Dizini	vii
Özet	viii
Abstract	ix
Birinci Bölüm.....	1
Giriş.....	1
Kuramsal Çerçeve	3
Sosyal Medya Kullanım Amacı	4
Sosyal medya uygulamaları	5
Facebook	5
Twitter	5
Instagram.....	6
Foursquare.....	6
LinkedIn	6
Pinterest.....	7
İlgili Araştırmalar	7
Problem Durumu	10
Araştırmanın Amacı ve Önemi	11
Problem Cümlesi	13
Alt problemler	13
Sayıtlılar	14
Sınırlılıklar	14
Tanımlar	14
İkinci Bölüm	15
Yöntem.....	15
Araştırma Modeli	15
Evren ve Örneklem	15
Verilerin Toplanması ve Veri Toplama Araçları	18
Verilerin Analizi.....	19
Üçüncü Bölüm	22
Bulgular.....	22
Faktör Analizi.....	23
Bağımsız Örneklem t Testi ve Tek yönlü ANOVA Analizi	25
Basit ve Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi	26
Betimleyici İstatistiklere İlişkin Bulgular	28
Sosyal Medya Kullanımına İlişkin Faktör Analizi Sonuçları	31
Tek Yönlü ANOVA testi ve Bağımsız Örneklem T Testine İlişkin Bulgular ..	39
Korelasyon Analizine İlişkin Bulgular.....	52
Regresyon Analizine İlişkin Bulgular	55
Dördüncü Bölüm.....	60
Sonuç, Tartışma ve Öneriler	60
Sonuç ve Tartışma.....	60

Öneriler	65
Kaynakça.....	67
Ekler	71
Ek-1: Araştırma İzin Yazısı (Kütahya Dumlupınar Üniversitesi).....	71
Ek-2: Araştırma İzin Yazısı (Afyon Kocatepe Üniversitesi)	72
Ek-3: Araştırmada Kullanılan Veri Toplama Aracı	73
Ek-4: Ölçek Kullanma İzni	78
Ek-5: Ölçek Kullanma İzni	78
Ek-6: Ölçek Kullanma İzni	79
Özgeçmiş.....	81



Tablolar Dizini

Tablo 1. Sosyal Medya Kullanımına Yönelik Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Barlett's Test Sonuçlarına İlişkin Bulgular.....	16
Tablo 2. Öğretmenlik Tutum Ölçeğine Yönelik KMO ve Barlett Test Sonuçları	17
Tablo 3. Katılımcılarla İlgili Demografik Bilgiler	18
Tablo 4. Normallik Testi Sonuçları.....	21
Tablo 5. Sosyal Medya Kullanım Tercihlerine Yönelik Değişkenlerin Frekans Dağılımları	29
Tablo 6. Sosyal Bilgiler Öğretmen Adayları Tarafından Son 6 Ay İçinde En Sık Kullanılan Sosyal Ağlara Yönelik Frekans Dağılımları	30
Tablo 7. Sosyal Bilgiler Öğretmen Adayları Tarafından Kullanılan Sosyal Medya Platformlarının Cinsiyet Faktörüne Göre Değişimi	30
Tablo 8. Sosyal Medya Kullanımına Yönelik Çıkarılan İfadeler.....	32
Tablo 9. Sosyal Ağların Kullanım Amacına Yönelik Faktörlerin Faktör Yükleri	33
Tablo 10. Sosyal Ağ Kullanım Amacını Belirlemeye Yönelik Faktörlerin Cronbach α Katsayı Sonuçları	35
Tablo 11. Öğretmenlik Mesleğine Yönelik Tutum Ölçeğinden Çıkarılan İfadeler.....	36
Tablo 12. Öğretmenlik Mesleği Tutum Ölçeğine Yönelik Faktör Yükleri.....	36
Tablo 13. Öğretmenlik Mesleğine Yönelik Tutum Alt Boyutlarının Cronbach α Katsayıları	38
Tablo 14. Cronbach α Katsayı Sonuçları (Genel)	38
Tablo 15. Yaş Grubu Değişkeni İçin ANOVA Testi Sonuçları	39
Tablo 16. Cinsiyet Değişkeni İçin Bağımsız Örneklem T Testi Sonuçları	41
Tablo 17. Sınıf Değişkeni İçin ANOVA Test Sonuçları.....	42
Tablo 18. İnternet Kullanma Süresi İçin ANOVA Testi Sonuçları	44
Tablo 19. Sosyal Ağları Kullanma Sıklığı İçin ANOVA Testi Sonuçları	45
Tablo 20. Sosyal Ağları Kullanma Süresi İçin ANOVA Testi Sonuçları	46
Tablo 21. Sosyal Ağlarda Sahip Olunan Arkadaş Sayısı Değişkeni İçin ANOVA Testi Sonuçları	48
Tablo 22. Faktörler ile Öğretmen Adaylarının Kullandıkları Sosyal Medya Platformları Arasında İlişkinin İncelenmesi (Çoklu Yanıt).....	51
Tablo 23. İki Yönlü Korelasyon Analizine İlişkin Bulgular	53
Tablo 24. Öğretmenlik Mesleğine Olumlu Tutum Regresyon Modeli	57
Tablo 25. Öğretmenlik Mesleğine Olumsuz Tutum Regresyon Modeli	58

Özet

Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Sosyal Medya Kullanımı ile Mesleki Tutumları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Bu araştırma, Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Sosyal Medya Kullanımı İle Mesleki Tutumları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi amacıyla yapılmıştır. Araştırmada, Ege Bölgesinden iki devlet üniversitesindeki Sosyal Bilgiler Öğretmenliği bölümünde öğrenim gören Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarının sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve motivasyonlarının neler olduğu, sosyal medya kullanma motivasyonları ve alışkanlıkları ile sosyo-demografik değişkenler ve mesleki tutumları arasındaki ilişkiler tespit edilmek istenmiştir. Çalışma evrenini, Sosyal Bilgiler Öğretmenliği bölümünde öğrenim gören öğretmen adayları oluşturmuştur. Ege bölgesinde yer alan bu iki devlet üniversitesindeki Sosyal Bilgiler Öğretmenliği bölümünde öğrenim gören öğrenciler araştırmanın örneklemini oluşturmuştur. Araştırma ile ilgili veriler, Bedir (2013), Ök (2013) ve Üstüner'in (2006) çalışmalarından gerekli izinler alındıktan sonra geliştirilen anket formu ile elde edilmiştir. Veriler, likert tipi ölçekli anketle toplanmıştır. Anketlerden elde edilen veriler kodlanarak bilgisayar ortamında SPSS paket programına aktarılmıştır. Çalışmanın amacı doğrultusunda sosyal ağların kullanım amacı ve öğretmenlik mesleği tutumları, öğretmen adaylarının yaş, cinsiyet, öğrenim gördüğü sınıf, internet ve sosyal ağları kullanma süresi, sosyal medya platformlarına göre farklılıkları anova ve t testi yardımıyla analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda, Sosyal Bilgiler Öğretmen adaylarının sosyal medya kullanımı ile mesleği tutumları arasında ilişki bulunduğu ve her iki anketin alt boyutlarından bir kısmının cinsiyet, sınıf ve sosyal ağları kullanma sıklığı gibi değişkenlere bağlı olarak farklılıklar gösterdiği tespit edilmiştir. Ayrıca araştırma sonucunda, sosyal medya kullanımı süresine göre Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarının mesleki tutumları arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Anket, Facebook, mesleki tutum, öğretmen adayları, sosyal bilgiler, Sosyal medya, Twitter.

Abstract

Investigation of the Relationship Between Social Sciences Candidate Teachers' Social Media Use and Professional Attitudes

The aim of this study is to investigate relationship between social sciences candidate teachers' social media use and professional attitudes. In this research, the social media use habits and motivations of social studies teacher candidates studying in the Social Studies Teaching Department of two state universities in Aegean Region. In addition, the relationships between the motivation and habits of using social media and socio-demographic variables and professional attitudes of the candidates were examined. The population of the study is teacher candidates studying in social sciences teaching department. The sample of the study consisted of students studying in the Social Studies Teaching Department of these two state universities in the Aegean region. The data related to the study were obtained by using the questionnaire developed after obtaining the necessary permissions from the studies of Bedir (2013), Ök (2013) and Üstüner (2006). Data were collected with a Likert-type scale. The data obtained from the questionnaires were transferred to SPSS program. In line with the purpose of the study, the purpose of the use of social networks and the attitudes of the teaching profession, the prospective teachers' age, gender, class, internet and social network usage time, differences between the social media platforms were analyzed with the help of anova and t test. As a result of the research, it was determined that there is a relationship between the social media teacher candidates' social media usage and their profession attitudes. However, some of the sub-dimensions of both scales showed differences depending on variables such as gender, class and frequency of using social networks. In addition, as a result of the research, it was found that there was a significant difference between the professional attitudes of the candidates of Social Sciences teachers according to the duration of social media use.

Keywords: Facebook, professional attitude, social media, social studies teacher candidates, survey, Twitter.

Birinci Bölüm

Giriş

Eğitim; bireyin davranışında, kendi yaşantısı yoluyla ve kasıtlı (amaçlı ve planlı) olarak istendik değişme meydana getirme sürecidir (Ertürk, 1997: 12). Bu süreç hayatın her alanında sürekliliği olan bir süreçtir. Özellikle de son dönemlerde teknolojinin gelişmesiyle birlikte eğitsel faaliyetlere yönelmeyi kolaylaştırmıştır. Sosyal paylaşım ağlarıyla maliyetlerin düşmesi, mesafelerin kısılması ve bilgiye erişimin kolaylaşması eğitim sistemlerine etki etmiş ve bunun sonucunda sosyal medya uygulamalarının birçoğunu eğitsel amaçlarla kullanmak için uygun ortam oluşturmuştur.

Sosyal medyanın ilk ortaya çıkışı, 1997 yılında arkadaşlık sitesi olarak kurulan Six Degrees (Altı Derece) adındaki web sitesiyle olmuştur. Sosyal ağların geniş kitlelerce daha yaygın kullanımı ise 2002 yılında kurulan Friendster ile olmuş ve bu yayılma 2004 yılında Harvard'lı üniversite öğrencileri tarafından kurulan Facebook ile 80 milyonu aşan bir kullanıcı ağına ulaşmıştır (Tanker, 2016).

Sosyal ağ olgusu, insanlığın var olduğundan beri devam eden bir olgudur. Sosyal ağ, bireylerin geçmişinde ya da günümüzde ilgi alanlarından ya da ortak bir gayeden dolayı iletişim kurdukları bireyleri içeren bir insan gruplarıdır. Çağımızda sosyal platformlar; işbirliği için paylaşılan alanı, grup iletişimini ve sosyal iletişimleri yükselten, sanal ortamda veri değişimini gruplayan programlar kümesi şeklinde (Boyd ve Ellison, 2007). Diğer bir tanımlamaya göre sosyal ağlar; gruplar ve bireyler arasında bulunan karşılıklı iletişimi sadeleştiren, sosyal dönütler sağlayan, sosyal ilişkiler kümesinin oluşmasını destekleyen yazılım türleridir. Bununla beraber Boyd (2003) sosyal platformların insanların bireysel gereksinimlerini desteklediğini onları sürece dâhil ettiğini ve söz konusu gereksinimlerin bireysel hedeflerini gerçekleştirmeleri maksadıyla grubun isteği şekline dönüştüğünü açıklamıştır.

Youtube, Facebook, Myspace, Flickr gibi bireysel veri, video, resim, profil ve içerik paylaşımı vb. gayelerle meydana çıkan sosyal ağ platformlarının basit kullanımıyla beraber sürekli fazlaşan bilgilerin hızlı bir şekilde analiz

edilebilmesi, güncellenebilmesi ve paylaşımı kullananların önemli oranda ilgilerini çekmiş bu uygulama ve kullanıcı sayıları gün geçtikçe artmış yayımları hız kazanmıştır. Bu amaçla yapılan çalışmada, Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Sosyal Medya Kullanımı ile Mesleki Tutumları Arasındaki İlişkinin olup olmadığı araştırılmıştır.

Çalışma 3 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde araştırmanın kuramsal çerçevesi, problem durumu, amacı ve önemi, alt amaçları, sınırlılıkları ifade edilerek, sosyal medyanın ve sosyal paylaşım ağlarının anlamlarına ve tanımlarına değinilmiş mevcut sosyal ağların hangileri olduğu ve söz konusu ağların özellikleri açıklanmıştır.

Çalışmanın ikinci bölümünde yöntem, araştırma modeli, evren örneklem, verilerin toplanma sürecine ve verilerin analizinin nasıl yapıldığına ilişkin bilgiler yer almaktadır. Araştırma örneklemini, 2017-2018 eğitim öğretim yılında Ege Bölgesi'nde yer alan iki devlet üniversitesindeki Sosyal Bilgiler Öğretmenliği bölümünde öğrenim gören 370 öğretmen adayı oluşturmuştur. Bu çalışmada, nicel araştırma yöntemlerinden ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır.

Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Sosyal Medya Kullanımı ile Mesleki Tutumları ile İlişkinin İncelenmesi adlı çalışmamızda veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Veri toplama aracını oluşturmak için literatür ayrıntılı biçimde taranmıştır.

Öğrencilerin sosyal medyaya yönelik tutumlarını ölçmek amacıyla 5 dereceli likert tipi Sosyal Medya Tutum Ölçeği kullanılmıştır. Araştırma ile ilgili veriler Bedir'in (2013), Ök'ün (2013) ve Üstüner'in (2006) çalışmalarından bahsi geçen bu kişilerden gerekli izinler alınarak kullanılmıştır. Araştırma sonucunda elde edilen verilerin analizinde SPSS 18 programı kullanılmıştır.

Üçüncü bölümde ise, bulgular kısmı yer almaktadır. Sosyal medya kullanımına ve öğretmenlik mesleği tutum ölçeğine yönelik ayrı ayrı faktör analizi uygulanarak söz konusu ölçeklerin alt boyutları belirlenmiştir. Bu alt boyutlar ile öğretmen adaylarının sosyal medya kullanım tercihlerine yönelik değişkenler arasında anlamlı bir ilişkinin bulunup bulunmadığını belirlemek için bağımsız örneklem t testine ve ANOVA testine başvurulmuştur. Bağımsız örneklem t testi

sonucunda öğretmenlik mesleğine yönelik tutumun ve sosyal medya kullanımının cinsiyete göre farklılık gösterip göstermediği tespit edilmiştir.

Kuramsal Çerçeve

İnsanlık var olduğu günden itibaren birbiri ile iletişime geçmek ve bilgi alışverişinde bulunmak için kitle iletişim araçlarına gereksinim duymuştur. Kitle iletişim araçlarının gelişim seyri, kâğıdın bulunması ile dönüşüme uğramış ve bu dönüşüm yazılı basının ortaya çıkmasında büyük rol oynamıştır. Yazılı basını, işitsel ve görsel medya izlemiş, 20. yüzyılın son çeyreğine kadar bu medya şekilleri hâkimiyetini sürdürmüştür. Ancak, 20. yüzyılın son çeyreğinde meydana gelen teknolojik gelişmeler “medyanın dönüşümü” olgusunu beraberinde getirmiştir (Kartal, 2013).

Sosyal medyanın ilk ortaya çıkışı, 1997 yılında arkadaşlık sitesi olarak kurulan Six Degrees (Altı Derece) adındaki web sitesiyle olmuştur. Sosyal ağların geniş kitlelerce daha yaygın kullanımı ise 2002 yılında kurulan Friendster ile olmuş ve bu yayılma 2004 yılında Harvard’lı üniversite öğrencileri tarafından kurulan Facebook ile 80 milyonu aşan bir kullanıcı ağına ulaşmıştır (Tanker, 2016).

Sosyal ağ kavramı, insanlık var olduğundan beri süregelen bir kavramdır. Sosyal ağ, kişilerin geçmişte ya da halen ortak bir amaç ya da ilgi alanlarından ötürü etkileşim kurdukları kişileri içeren bir insan grubudur. Günümüzde ise, sosyal ağlar kullanıcıların internet üzerinde birbirleriyle iletişim kurarak bilgi ve içerik paylaştıkları alan olarak açıklanmaktadır. Sosyal medya, son zamanlarda adından sıkça söz edilen, üzerine araştırmalar yapılan, geleneksel medyaya da zaman zaman konu olabilen ve kaynaklık edebilen, geniş kitlelerin ilgilendiği bir duruma gelmiştir. Sosyal ağ siteleri, bireylerin sınırları kurullarla belirlenmiş bir sistem içinde halka açık ya da yarı açık profil oluşturmasına, bağlantılı oldukları diğer kullanıcıların listesini görüntülemesine, diğer kullanıcıların sistemdeki listelenmiş bağlantıları görmesine ve bu bağlantıların aralarında geçiş yapmasına izin veren web tabanlı servislerdir (Boyd ve Ellison, 2007).

Sosyal medyanın ortaya çıkışı, Web teknolojilerinde ve felsefesinde değişime yol açmıştır. Bu değişim internette kendini önce Web 1.0 şeklinde göstermiştir. Web 1.0 varlığını 2004 yılında Web 2.0’in çıkışına kadar devam

ettiren önemli bir teknoloji olmuştur. İnternet'in başlangıcı olarak kabul edilen 1960'lı yıllardan sonraki süreci takiben, Dr. Tim Berners-Lee tarafından 1989-91 yılları arasında web'in en temel dört unsuru olan HTML, HTTP, bir web server ve bir tarayıcıdan (browser) oluşan ve siyah-beyaz ve tamamen metne dayalı World Wide geliştirilmiştir. Bunlar aracılığıyla artık bilginin serbest şekilde taranabileceği, birbiriyle bağlantılı sayfaların oluşturulabileceği görülmüştür (Tuncer, 2015).

Sosyal medya kavramı, özellikle Web 2.0 temel kavramının oluşturulması ile gelişim göstermiştir. Sosyal medya web siteleri, bloglar, postcast, mesaj panoları, içerik paylaşım siteleri ve çok yaygın bir şekilde kullanılmakta olan sosyal ağ siteleri ile kullanıcıların dikkatini çekmiştir. Sosyal medya yalnızlıklarını gidermek, farklılık yaratmak, ben de olmak istiyorum diyen bireylerin ya da kurumların seslerini duyurmak istedikleri platformları oluşturmuştur (Kuşay, 2010: 61). Sosyal medya; etkileşim, anında iletişim sağlama, uzantısız olma, evrensel olma, zamandan bağımsızlık, çoklu medyaya sahip olma, bireysel ve kitlesel yöne sahip olma kullanımı için profesyonelliğe ihtiyaç duyulmaması ve ekonomik olma gibi özelliklere sahiptir (Tokgöz, 2015).

Sosyal Medya Kullanım Amacı

Sosyal medyanın kullanım amaçlarını şu ana başlık altında toplamak mümkündür: Bilgi dağarcığını geliştirme, merak, kendi çevresini kontrol etme ihtiyacını kapsayan bilişsel ihtiyaçlar; rahatlama, dinlenme, empati kurma, gerçeklerden kaçış gibi duygusal ihtiyaçlar; medya ile toplumla etkileşim, medyada yer alan konular hakkında diğer insanlarla konuşma, medyada yer alan kişilerle özdeşim kurma gibi sosyal bütünleştirici ihtiyaçla; güvende hissetme, istikrar, ritüel haline getirme ihtiyaçları gibi alışkanlıklar (Katz, Blumler ve Gurevich, 1974; Akt. Alikılıç vd, 2013).

Sosyal medya, bu amaçların yanı sıra şu nedenlerle de kullanılmaktadır (Edosomwan vd., 2011):

- Çalışanlar ve yöneticiler arasında açık iletişimi oluşturması,
- Bilgi ve deneyimlerini paylaşmada, çalışanların proje fikirleri için tartışma ortamı sunuşu ve takım çalışmasını desteklemesi,
- Fotoğraf, video, çevrimiçi içerik gibi görsel paylaşımları içermesi,

- Üyelerine, aynı grubun parçası gibi hissettirmesi,
- Anında geri bildirim alma olanağı sağlaması,
- Bazı organizasyonların gerçekçi ve açık olması.

Sosyal medya uygulamaları

İnsanların birçoğu, zamanlarının uzun bir kısmını artık sosyal medya ile geçirmektedir. Sosyal medyada uygulamalar farklı konularda ve farklı içeriklerde. Bunlar şu başlıklar halinde incelenebilir:

Facebook

Mark Zuckerberg tarafından kurulan Facebook'un üye sayısı istatistiklerine bakıldığında Aralık 2012 itibariyle, dünya genelinde 979 milyon kullanıcıya sahip olduğu görülmektedir. Türkiye, nüfusunun %40'ına tekabül eden 32 milyon kullanıcı ile dünyada 7. sırada, Avrupa'da ilk sırada yer almaktadır (Socialbakers, 2012; Alikılıç vd., 2013).

İnsanlar, yaygın ağlardan olan Facebook'u sosyal çevre edinme, sosyalleşme, eğlence/boş vakit geçirme rahatlama/stresten uzaklaşma, bilgi edinme/hayatı tanıma olarak (Alikılıç vd.,2013), temel faydalar, eski bağları tekrar kurmak/güçlendirmek, toplumsal enformasyon, bağlantılılık/karşılıklı bağlantı, cinsel çekicilik, mecra amaçlı kullanım, toplumsal kıyas/karşılaştırma, pazar ortamı oluşturma amacıyla kullanılmaktadır (Frogger, 2009; Akt. Özdiç, 2014).

Twitter

En önemli mikroblog ortamlarından biri olan Twitter web sitesinde kullanıcılar, Twitter üzerinden takip etmek istedikleri kişileri ekleyerek kendilerine bir ağ oluşturabilir hatta kendi profesyonel öğrenme ağlarını kurabilirler. Twitter üzerinde kullanıcılar, web güncelerinden olduğu gibi fikir ve düşüncelerini, resim, video ve diledikleri sayfaların web adreslerini paylaşabilirler. Başka kullanıcılar da bu paylaşımlara yorumlarda bulunabilir ya da kendi ağlarındaki diğer bireylerin de görebilmesi için yeniden paylaşabilirler. Kendi ağlarını kuran kullanıcılar bu ağları kullanarak iletişim ve işbirliği içinde belirli konular üzerinde hızlı bir şekilde fikir sahibi olabilir hatta hiç bilmedikleri bir konu hakkında kendilerini eğitebilirler (Greenhow, 2009; Odabaşı vd., 2012).

Instagram

Instagram, 2010 yılı sonunda Kevin Systrom ve Mike Krieger adlı iki girişimcinin kurduğu bir fotoğraf paylaşım uygulamasıdır. Uygulamayı ilgi çekici yapan en önemli özellik çekilen fotoğraflara hızlı ve etkileyici filtrelerin uygulanabilmesidir. Bu filtreler sayesinde normal hayatta rastladığımız en basit nesnelere bile sanki bir sanatçının elinden çıkmış gibi fotoğraflanabilmektedir. Kullanıcılar Instagram uygulaması ile çektikleri fotoğrafları Twitter, Facebook, Foursquare, Tumblr gibi sosyal medya ağlarında paylaşabilmektedir (Socialmediatoday, 2019).

Foursquare

Foursquare kurucularından Dennis Crowley ve Naveen Selvadurai 2007 yılında New York'ta aynı ofis alanında (farklı şirketlerde) çalışırken bir araya geldi. New York East Village'da Dennis'in mutfak masasında çalışarak, 2008 sonbaharında Foursquare'in ilk sürümünü oluşturmaya başladılar ve 2009 yılının Mart ayında Austin, Texas South by Southwest Interactive'de piyasaya sürdüler (Foursquare, 2019). Foursquare kişinin kendini ve arkadaşlarının bulunduğu yeri değerlendirmesini sağlayan ücretsiz bir uygulamadır.

LinkedIn

LinkedIn, bir iş ağı (Business Network) kurmak ve tanıdığımız insanların tanıdıklarını görebilmesi için oluşturulmuş bir sosyal ağdır. Tüm bu yapı iş geliştirme süreçlerinizde size yardımcı olabilecek eleman, ortak ya da bilgi birikiminden yararlanabileceğiniz bir danışman gibi katkılar sağlaması amacı taşımaktadır (LinkedIn, 2019).

Blogger

Blogger, en yaygın olarak kullanılan web güncellerinden biridir. Kullanıcılar içerik oluşturma ve değiştirme, etiketleme, yorum yazma, oluşturulan içeriğe puan verme gibi etkinlikler gerçekleştirirler. Ayrıca, bünyesinde API, Widget, RSS gibi birçok teknolojiyi barındırır (Kesim ve Ağaoğlu, 2007).

Pinterest

Pinterest kelime olarak ingilizce Pin (iğnele), Interest (ilgi alanı) kelimelerinden oluşmaktadır. Yani, Pinterest ilgi alanlarınızı iğneleyeceğiniz bir pano olarak ifade edilmektedir. Pinterest, 2010 yılında kurulmuştur. İnternet tarayıcılarının Pin it uygulamasıyla internette sayfaları gezerken beğendiğiniz fotoğrafları pin it butonu ile pinterest hesabınızdaki panoya eklenebilmektedir. Bu mecrada da yine takip etme mantığı bulunmaktadır (Pinterest, 2010).

Dünya çapında bu sosyal medya uygulamaları dışında Word Press, Google Plus, Badoo, Windows Live, Orkut, My Space, Technorati, Friendster, Flixter, Odnoklassniki, Viadeo, Flickr gibi yetmiş aşkın sosyal medya uygulamaları bulunmaktadır. Ancak, bu çalışmada daha çok ülkemizde yaygın olarak kullanılan sosyal medya uygulamalarına yer verilmiştir.

İlgili Araştırmalar

Bu bölümde, Türkiye’de ve dünyada sosyal medya kullanımı ile ilgili yapılan araştırmalara yer verilmiştir. Alan yazın incelendiğinde, sosyal medya kullanımına yönelik çok sayıda araştırma bulunmuştur. Ancak, Türkiye’de tez çalışması kapsamında sosyal medya ile ilgili 891 adet tez varken bunların içinde sosyal medya kullanımı ile ilgili toplam 109 adet çalışma, sosyal medyanın tutumlara etkisi ile ilgili 5 adet çalışma, sosyal medyanın eğitimde kullanılmasıyla ilgili 3 adet çalışma yapıldığı görülmüştür. Yapılan çalışmaların büyük çoğunluğunun; pazarlama, reklam, satış, marka seçimi, tüketici davranışı, tutum, ilgi ve algıları, motivasyon, bireysel veya kitlesel etkileşim ve iletişim, kişilik özellikleri ve duygu analizi, veri kullanımı, halkla ilişkiler, siyaset gibi konular üzerine odaklandığı görülmüştür. Burada dikkat çeken konu, sosyal medya ve eğitim ilişkisi üzerine çok fazla çalışma bulunmamasıdır. Dolayısıyla, bu bölümde Türkiye’de yapılan araştırmalar kapsamında, Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Sosyal Medya Kullanımı ile Mesleki Tutumları Arasındaki İlişkinin İncelenmesini konu edinen bu araştırmanın sonuçlarının tartışılmasına hizmet edebilecek örnek araştırmalara yer verilmiştir. Yurt dışında da sosyal medya kavramının Türkiye’deki bahsi geçen konularla benzerlik gösterdiği, eğitim alanında kullanımının çok yaygın olmadığı görülmüştür. Ayrıca, bu araştırmanın

sonuçlarının tartışılmasına hizmet edebilecek yurt içi ve yurt dışında yapılan araştırmalar sunulmuştur. Örneğin;

Demirtaş'ın (2017) yaptığı araştırmanın bulgularına göre; sekizinci sınıf öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumları olumlu ve sosyal medyayı eğitsel kullanma oranları yüksek çıkmıştır. Öğrencilerin sosyal medyayı eğitsel kullanma durumlarında sosyal medyaya üye olup-olmama, anne-baba eğitim düzeyi, gelir düzeyi, öğrenim görülen okul, sosyal medya sitelerini kullanma sıklığı, en çok kullanılan sosyal medya sitesi ve sosyal medyanın en çok kullanıldığı ders değişkenine göre anlamlı farklılık bulunmuştur. Sosyal medyaya yönelik tutumlarında ise; cinsiyet, sosyal medyaya üye olup-olmama, gelir düzeyi, öğrenim görülen okul, sosyal medya sitelerini kullanma sıklığı, sosyal medya kullanım süresi, en çok kullanılan sosyal medya sitesi ve sosyal medyanın en çok kullanıldığı ders değişkenine göre anlamlı farklılık bulunmuştur.

Altınay Bor'un (2018) yaptığı araştırmada elde edilen bulgular kapsamında; ergenlerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının olumlu olduğu sonucuna varılmıştır. Yine, ergenlerin gelişmeleri kaçırma korkusu düzeyleri düşük ve sosyal kaygıları da orta düzeyde bulunmuştur. Sosyal ortamlarda gelişmeleri kaçırma korkusu ile sosyal kaygı arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Sosyal medya tutum ölçeğinin alt boyutlarından biri olan öğretmenlerle ilişki ile sosyal ortamlarda gelişmeleri kaçırma korkusu arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Öte yandan, ölçek puanlarının bazı demografik değişkenlere göre anlamlı şekilde farklılaştığı görülmüştür.

Yavuz'un (2018) yaptığı araştırma sonucunda; sosyal medyada kullanılan izlenim yönetimi taktikleri düzeyi ile benlik saygısı düzeyi arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Ayrıca, üniversite öğrencilerinin sosyal medyadaki benlik sunumlarını gerçek kimlikleri üzerinden yaptıkları ve bu ortamlarda olumlu izlenimler oluşturmaya ve olumsuz izlenimden kaçınmaya yönelik tutumlar sergiledikleri görülmüştür.

Flórez, Escobar, Restrepo, Botero ve Arias'ın (2018) yaptığı araştırmanın sonucunda; olumlu görüşlerle alıma teşvik etme, müşterilerin satın alma kararlarındaki yoğunluğun sosyal ağların üniversite öğrencilerinin satın alma kararlarını etkilediği görülmüştür.

Al-Rahmi, Yahaya, Alamri, Aljarboa, Kamin ve Moafa'nın (2018) yaptığı araştırmada elde edilen bulgularda, ayırt edici geçerliliğin değerlendirilmesiyle bazı gizli değişkenlerin ilişkilerinin analizi yapılmıştır. Yaklaşık olarak öğrencilerin yarısından fazlası, zorbalığa maruz kaldıklarını, taciz edildiklerini ve çevrimiçi takip edildiklerini belirtmişlerdir.

Özer'in (2019) yaptığı araştırma sonucunda; sosyal ağ siteleri kullanım amaçlarına bakılmış ve öğrencilerin daha çok arkadaşlarıyla bağlantı kurmak (%93,5), fotoğraf, müzik, video ya da diğer çalışmalarını paylaşmak (%88,2), ders konularıyla ilgili olarak sınıf arkadaşlarıyla iletişim kurmak (%87,6), meslekleri ile ilişkili etkinlikler için (87,6) ve ders konularıyla ilgili olarak öğretim görevlileriyle iletişim kurmak için (%71) kullandıkları saptanmış ardından, eğitim süreçlerinde kullanılan sosyal medya araçlarına bakılmış ve öğrencilerin daha çok sosyal Ağ web siteleri (Facebook, MySpace, Bebo, LinkedIn, Google+ vb.) (%99,4), YouTube (%97,6), anlık Mesajlaşma Araçları (%95,3) kullandıkları anlaşılmış, eğitim süreçlerinde kullanılan sosyal ağ web sitelerine bakılmış ve öğrencilerin daha çok Facebook (%81,1), Google + (%75,1), Instagram (%72,2) ve Twitter (%69,2) kullandıkları saptanmış, öğrencilerin zaten sıklıkla kullanmakta oldukları sosyal medya ağlarını eğitim amacıyla kullandıkları görülmüştür.

Günay'ın (2019) yaptığı çalışmanın sonuçlarına göre; araştırmaya konu olan 47 kişinin, son 50 paylaşımından kişilik özelliklerini doğru tahmin edebilme oranı %79,57'dir. Ortalama 14 tweet ile kişiye dair Beş Faktörlü kişilik envanterine göre kişilik özelliklerini doğru tahmin edilmesinin de mümkün olduğu ortaya çıkmıştır.

Demir ve Kumcağız'ın (2019) yaptığı araştırmanın bulgularına göre; öğrencilerin Facebook bağımlılığı ve eğitsel amaçlı Facebook kullanımlarına ilişkin görüşlerinin pozitif yönde olduğu saptanmıştır. Öğrencilerin Facebook'u eğitsel amaçla kullanma düzeyleri ile cinsiyet ve fakülte değişkeni arasında anlamlı ilişki olduğu ancak, akıllı telefona sahip olma ve kişisel bilgisayar sahibi olma durumu ile anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Facebook bağımlılık düzeylerinin cinsiyet ve akıllı telefona sahip olma değişkenine göre anlamlı düzeyde farklılaşmadığı, kişisel bilgisayara sahip olma ve fakülte değişkenlerine göre anlamlı farklılık olduğu saptanmıştır.

Cortés ve Bonilla'nın (2019) yaptığı araştırmanın sonucunda; kendine uygunluğun, algılanan sosyal değere ve sanal sosyal ağların kullanımına etki ettiği görülmüştür. Ayrıca, Y kuşağı gezginlerinin sanal sosyal ağların kullanım yoğunluğunu etkiledikleri sonucuna varılmıştır.

Hashim, Al-Sharqi ve Kutbi'nin (2019) yaptığı araştırma sonucunda; öğrencilerin ve fakültelerin sosyal medya kullanımına alışkın oldukları ve buna daldıkları görülmüştür. Elde edilen araştırma sonuçlarının, sosyal davranışı etkileyen sosyal medya kullanımıyla ilgili olası sorunların anlaşılmasına yardımcı olabileceği düşünülmüştür.

Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Sosyal Medya Kullanımı ile Mesleki Tutumları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi adlı çalışmamızda anketi uyguladığımız sınıflar arasında öğretmenlik mesleğine yönelik tutumun farklılık göstermediği, kullanılan sosyal medya uygulamaları içinde Instagram ve Youtube'un ön plana çıktığı görülmüştür. Öğretmen adaylarının sosyal medya uygulamalarını bilgi edinme, araştırma, inceleme, eğitim ve akademik başarı faktörlerinden ziyade daha çok hoş vakit geçirme, çevre ile iletişim, yeni fotoğraf ve videoların takibi amacıyla kullandıkları görülmüştür.

Problem Durumu

Eğitim sistemlerine dâhil olan teknolojik araç ve gereçlerin etkili bir şekilde kullanılmasıyla yeni öğretim yöntem ve stratejileri ve yeni yaklaşımlar ortaya çıkmıştır. Eğitimde teknolojilerin etkin kullanımı için öncelikle öğretmenlerin aktif olarak teknolojik araçları kullanmaları ve özellikle teknolojinin gelişmesiyle birlikte internetin de öğretmenler tarafından aktif kullanımının sağlanması çok önemlidir (Sürmeli, 2005).

Toplumunu oluşturan tüm alt sistemlerdeki değişimleri bünyesine hızla yansıtmak durumunda olan eğitim sistemi de bilgisayara ve internete dayalı teknolojileri yaygın ve etkili bir şekilde kullanma çabası içindedir (Garrison ve Kanuka, 2004: 95-96).

İçinde yaşadığımız yüzyılda bilişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte sosyal, kültürel ve ekonomik yaşamın yanı sıra öğrenme ve öğretme süreçleri de yeniden şekillenmiştir. Bundan dolayı, toplumlarda bazı alışkanlıklar değişmiş ve bu değişiklikler diğer alışkanlıkları da etkilemiştir. Web 2.0 olarak adlandırılan,

kullanıcılar arasında iletişim ve etkileşim imkânı sağlayan, video ve resim gibi paylaşımlara izin veren teknolojilerin ortaya çıkmasıyla Facebook, Youtube vb. sosyal medya siteleri kurulmuştur.

Sosyal medya genellikle iletişim, sosyalleşme, arkadaşlık ve paylaşımlar için kullanılmaktadır. Ancak, son zamanlarda sosyal medya teknolojilerinin eğitim içerisinde kullanılması gündeme gelmiştir. Sosyal medya sitelerinin eğitim süreçlerine katılması büyük bir önem taşımaktadır. Günümüz teknolojik gelişmeleri bizim dünya görüşlerimizde ve inançlarımızda birtakım değişikliklere yol açtığı gibi inanç ve görüşlerimizin de teknolojik gelişme üzerinde büyük etkisi olduğu bir gerçektir (Güngör, 2000).

21. yüzyıl sürecinde teknolojinin hayatımızın merkezinde olması ve her alanda kullanımının yaygınlaşması bizleri teknolojinin öğretmenlik mesleğine etkilerini araştırmaya teşvik etmiştir. Bu kapsamda internet ve sosyal medya ağlarının öğretmen adayları arasında cinsiyet, sınıf, yaş, mesleki algı faktörleri ile ilişkisinin var olup olmadığı, herhangi bir ilişki varsa bunun olumlu veya olumsuz yönde mi olduğu araştırmamızın kapsamını oluşturmuştur.

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Teknoloji hayatın her alanında olduğu gibi, eğitim-öğretimde de bilginin paylaşılmasını, yayılmasını ve etkileşimin artmasını sağlayacak etkili bir araç olmuştur. Sosyal medyanın eğitim açısından kullanımında ise; araştırma, iletişim, sorgulama, işbirlikçi ortam, aktif katılım, doküman paylaşımı, bilgi ve deneyimlerin paylaşımı gibi çok önemli imkânlara sahip olduğu bilinmektedir. Ancak, sosyal medya yoluyla çeşitli içeriklere ulaşan öğrenciler, zamanlarının büyük bölümünü sosyal medya uygulamalarında paylaşımlar yaparak internette geçirmektedir. Ayrıca, son yıllarda yapılan araştırmalarda öğrencilerin sosyal medyayı öğrenme, araştırma ve bilgi edinme amacıyla kullanmadıkları görülmüştür. Genelde, arkadaş bulma ve insanlarla tanışma amacıyla kullandıkları görülmüştür (Özmen vd., 2011).

Eğitimin birçok imkânını içerisinde barındıran, öğrencilerin hayatlarında sıkça kullandıkları sosyal medya uygulamalarının eğitim ve öğretim açısından büyük önem taşıdığı görülmektedir.

Ülkemizde diğer mesleklere göre öğretmenlik, daha farklı işlevi olan ve prestijli bir meslektir. Öğretmenlerimizin internet ve sosyal medya uygulamalarını bilmesi ve kullanması gayet doğal ve olması gereken bir durumdur. Eğitim sistemiz içinde EBA, Fatih Projesi gibi birçok uygulama yer almaktadır. Bunların öğretmenler tarafından çok iyi bilinmesi ve derslerde aktif olarak kullanılması gerekir. Eğitim teknolojileri sayesinde öğrenciye somut, görsel ve işitsel sunumlar yapılarak daha eğlenceli, dikkat çekici dersler işlenebilir ve daha kalıcı bilgi aktarımı sağlanabilir. Ayrıca, öğretmenlerimiz öğrencilerimize internet aracılığıyla da bilgi aktarımında bulunabilir ve onlarla iletişim kurabilirler. Bu açıdan, öğretmenlerimizin çağı yakalaması elzemdir. Ancak, öğretmenlerimizin internet ve sosyal medya uygulamalarını mesleki gelişim, araştırma, inceleme, bilgi edinme amaçlı mı yoksa kendi özel yaşamlarına yönelik olarak arkadaş edinme, çevre ile iletişim, hoş vakit geçirme gibi farklı amaçlarla mı kullandığını belirlemek önemlidir. Eğitim kalitemizin artması için, önümüzdeki yıllarda eğitim öğretim sürecinde daha aktif kullanılması planlanan sosyal medyaya ilişkin, öğrencilerin tutumlarının ne düzeyde olduğu ve sosyal medya kullanımının mesleki tutum ile ilişkisi açısından Sosyal Bilgiler öğretmen adayları üzerinde gerçekleştirdiğimiz bu çalışma önem taşır.

Bu amaçla yapılan çalışmada, Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Sosyal Medya Kullanımı ile Mesleki Tutumları Arasındaki İlişkinin olup olmadığı araştırılmış ve aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır:

1. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya uygulamalarını kullanma amaçları ve kullanım sıklıkları nelerdir?
2. Sosyal medya kullanımının ve kullanım sıklığının üniversite öğrencilerinin mesleki tutumlarına etkisi var mıdır?
3. Sosyal medya hesabına sahip olmanın üniversite öğrencilerinin mesleki tutumlarına etkisi var mıdır?
4. Sosyal medyayı kullanım amacının üniversite öğrencilerinin mesleki tutumuna etkisi var mıdır?
5. En sık kullanılan sosyal medya uygulamasının üniversite öğrencilerinin mesleki tutumu üzerinde etkisi var mıdır?

6. İnternet kullanım sıklığının üniversite öğrencilerinin mesleki tutumlarına etkisi var mıdır?
7. Üniversite öğrencilerinin cinsiyet değişkeninin sosyal medya tutum ölçeğinden aldıkları puanlara göre etkisi var mıdır?
8. Üniversite öğrencilerinin sınıf değişkeninin sosyal medya tutum ölçeğinden aldıkları puanlara etkisi var mıdır?

Problem Cümlesi

Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Sosyal Medya Kullanımı İle Mesleki Tutumları Arasında İlişki var mıdır? Varsa hangi düzeydedir? Öğretmen adaylarının yaş, cinsiyet, bulunduğu sınıf faktörleri ile öğretmenlik mesleği arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

Alt problemler

1. Öğrencilerin sosyal medya uygulamalarını kullanma amaçları ve kullanım sıklıkları nelerdir?
2. Sosyal medyayı kullanım sıklığının öğrencilerin mesleki tutumlarıyla ilişkisi var mıdır?
3. Sosyal medya hesabına sahip olmanın öğrencilerin mesleki tutumlarıyla ilişkisi var mıdır?
4. Sosyal medya kullanımının ve kullanım sıklığının öğrencilerin mesleki tutumlarıyla ilişkisi var mıdır?
5. Sosyal medyayı kullanım amacının öğrencilerin mesleki tutumlarıyla ilişkisi var mıdır?
6. En sık kullanılan sosyal medya uygulamasının öğrencilerin mesleki tutumları ile ilişkisi var mıdır?
7. Öğrencilerin cinsiyet değişkeninin sosyal medya tutum ölçeğinden aldıkları puanlara etkisi var mıdır?
8. Öğrencilerin sınıf değişkeninin sosyal medya tutum ölçeğinden aldıkları puanlara etkisi var mıdır?
9. Öğrencilerin en sık kullandıkları sosyal medya değişkeninin sosyal medya tutum ölçeğinden aldıkları puanlara etkisi var mıdır?

Sayıtlar

Araştırmada aşağıdaki sayıtlardan hareket edilmiştir:

1. Araştırmaya katılan öğrenciler uygulanan ölçme aracına samimi yanıtlar vermişlerdir.
2. Ankette yer alan önermeler, öğrencilerin sosyal medya kullanım amaçları ile bu araçlar hakkındaki tutumlarını ortaya koymak için yeterlidir.
3. Seçilen araştırma yöntemi, araştırmanın amacına ve konusuna uygundur.

Sınırlılıklar

Bu çalışma aşağıda belirtilen sınırlılıklar içerisinde yürütülmüştür:

1. Mevcut çalışma 2017-2018 eğitim-öğretim yılı ile sınırlıdır.
2. Araştırmanın örneklemini, Ege Bölgesi'nde bulunan iki devlet üniversitesindeki Sosyal Bilgiler Öğretmenliği bölümünde öğrenim gören Sosyal Bilgiler öğretmen adayları ile sınırlıdır.
3. Araştırma, anket ile elde edilen bilgilerle sınırlıdır.

Tanımlar

EBA (Eğitim Bilişim Ağı), eğitim-öğretim sürecinde öğretmen ve öğrencilere farklı, zengin, eğitici içerikler sunarak e-içerik konusunda bütün eğitimcilerin ihtiyaçlarına cevap veren çevrimiçi sosyal bir eğitim platformudur (Erensayın E. ve Güler Ç. 2017).

Medya: Kitle iletişim sürecinin en önemli organizasyon biçimi, gazete, dergi, radyo, televizyon, internet gibi kitle iletişim araçları veya bu kitle iletişim araçlarını işleten kuruluş veya şirket (Aydeniz, 2012).

Sosyal medya: Bireylerin birbirleriyle yazılı görsel ya da işitsel bazı paylaşımlar yaparak iletişim kurmalarını sağlayan araçlar ve web sitelerinin genel adı (Tuncer, 2015).

Tutum: Bir şeyin önemini belirlemeye yarayan soyut ölçü, bir şeyin değdiği karşılık, kıymet (TDK, 2018).

İkinci Bölüm

Yöntem

Bu bölümde araştırmanın amaçları doğrultusunda sırasıyla araştırmanın modeli, evren ve örnekleme, veri toplama araçları, verilerin toplanması ve verilerin çözümlenmesine ilişkin bilgilere yer verilmiştir.

Araştırma Modeli

Bu çalışmada, nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Nicel araştırma, sosyal gerçeğin gözlenebilir, ölçülebilir ve sayılarla ifade edilebilir olgulardan oluştuğunu iddia etmektedir ve temel amaç, genellenebilir neden-sonuç ilişkilerini açıklayan bilgiyi üretmektir (Türnüklü, 2001). Bu model, bir konu ya da herhangi bir olaya ilişkin araştırmaya katılan kişilerin ilgi, beceri, yetenek ve tutum gibi bazı özelliklerinin belirlendiği, genel olarak diğer araştırmalara göre daha fazla örneklem grubuyla yapılan bir araştırma modelidir. Bu tür araştırmalar daha çok “ne, nerede, ne zaman, hangi sıklıkla, hangi düzeyde, nasıl” gibi soruların cevaplandırılmasına olanak tanır (Büyüköztürk vd., 2012).

Bu çalışmada, nicel araştırma yöntemlerinden ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. İlişkisel tarama modeli, iki ve daha çok sayıdaki değişken arasında birlikte değişim derecesini belirlemeyi amaçlayan araştırma modelidir (Karasar, 2007). İlişkisel taramada, bağımsız değişkenler arasında ilişki olup olmadığı ve bu ilişkinin derecesi ortaya konulur (Crano ve Brewer, 2002).

Evren ve Örneklem

Evren, araştırma sonuçlarının genellenmek istendiği elemanlar bütünüdür (Karasar, 2010). Bu araştırmanın evrenini, Sosyal Bilgiler Öğretmenliği bölümünde öğrenim gören öğretmen adayları oluşturmuştur.

Araştırma örneklemini, 2017-2018 eğitim öğretim yılında Ege Bölgesi’nde yer alan iki devlet üniversitesindeki Sosyal Bilgiler Öğretmenliği bölümünde öğrenim gören 370 öğretmen adayı oluşturmuştur.

Ege Bölgesi'ndeki iki üniversitenin seçiminde ulaşım kolaylığı, çalışma yapılan şehirlerin tanınması, bu illerden birinde ikamet ediyor olma ve bu üniversiteler hakkında bilgi sahibi olma gibi cazip faktörler etkili olmuştur. Eskişehir Anadolu ve Osmangazi Üniversitelerinde de çalışmayı uygulamayı istememe rağmen, bu üniversitelerin izin talebine olumlu yanıtlar vermemesi nedeniyle adı geçen üniversitelerde çalışmayı uygulama fırsatı yakalanamamıştır.

Veri setinin faktör analizinde uygunluğunun sınanması için yapılan KMO ve Barlett test sonuçları Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1

Sosyal Medya Kullanımına Yönelik Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Barlett's Test Sonuçlarına İlişkin Bulgular

Kaiser-Meyer-Olkin Measure (KMO) Örneklem yeterliliği testi		,873
Bartlett Küresellik (Sphericity) testi	Ki-Kare	5196,867
	Serbestlik derecesi	741
	Olasılık Değeri	,000

0 ile 1 arasında değişen KMO ölçütü, değişkenler arasındaki ilişki zayıfladıkça 0'a; her bir değişken, diğer değişkenler tarafından açıklanma oranı arttıkça 1'e yaklaşmaktadır. Her bir değişken diğer değişkenler tarafından mükemmel bir şekilde açıklanıyorsa KMO değeri 1'e eşit olacaktır. İyi bir faktör analizi için KMO değerinin 0.80'den büyük olması beklenmekle birlikte; 0.60'ten büyük KMO değeri de çoğunlukla kabul edilebilir niteliktedir (Alpar, 2017:267-268).

KMO değerinin 0.80'den büyük olması her bir değişkenin diğer değişkenler tarafından iyi bir şekilde açıklandığını ve veri setinin yeterli örnekleme sahip olduğu göstermiştir. Barlett küresellik testinin olasılık değerinin 0.05'ten büyük olması ise; verilerin normal dağılıma sahip ana kütlede geldiğini araştırmanın örnekleminin evreni iyi bir şekilde temsil ettiğini göstermiştir.

Öğretmenlik mesleğine yönelik tutum ölçeğinin alt boyutlarını belirlemek için ayrı bir faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Sosyal ağların kullanımının alt boyutlarını belirlemek için uygulanan faktör analizinde belirlenen süreçler, öğretmenlik mesleğine yönelik tutum ölçeğinin alt boyutlarını belirlemek için

tekrar yürütülmüştür. İlk aşamada, veri setinin faktör analizi için uygunluğunun belirlenmesi için KMO ve Barlett testleri elde edilmiştir.

Veri setinin faktör analiz uygunluğunun belirlenmesi için yapılan Öğretmenlik Tutum Ölçeğine yönelik KMO ve Barlett test sonuçlarına Tablo 2’de yer verilmiştir.

Tablo 2

Öğretmenlik Tutum Ölçeğine Yönelik KMO ve Barlett Test Sonuçları

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Örneklem Yeterliliği Ölçütü		,956
Bartlett (Sphericity) küresellik testi	Ki-Kare	6272,442
	Serbestlik derecesi	300
	Olasılık değeri	,000

KMO ölçütüne göre, her bir değişken diğer değişkenler tarafından iyi bir şekilde açıklanmaktadır ($0,956 > 0,80$). Barlett küresellik testine göre ise verilen normal dağılıma sahip ana kütlede geldiği görülmektedir. Buna göre, veriler çalışmanın örneklemini evreni iyi bir şekilde temsil etmektedir ($0,05 > 0,000$). Her iki test sonuçlarına göre, verilerin faktör analizine uygun olduğu kanısına ulaşılmıştır. Öğretmenlik mesleğine yönelik tutum ölçeğinin boyutlarını belirlemek için temel bileşenler (principal component) yöntemine başvurulmuştur. Faktör döndürme yöntemlerinden ise, Varimax döndürme yöntemi uygulanmıştır. Söz konusu iki faktörün toplam varyansı açıklama oranı % 58,77’dir. Faktörleri oluşturan ifadeleri belirlemek için elde edilen faktör yükleri matrisinde 0,50’den az faktör yüküne sahip 9 faktör belirlenmiştir. Öğretmenlik mesleğine yönelik tutum ölçeğini belirlemek için yöneltilen toplam 34 ifadeden 0,50’den daha az faktör yüküne sahip ifadeler çıkarılarak nihai faktör yükü matrisi elde edilmiştir.

Araştırmanın örneklemini basit tesadüfi örnekleme yoluyla seçilmiştir. Tablo 3’te araştırmaya katılan Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarına ilişkin demografik bulgulara yer verilmiştir.

Tablo 3

Katılımcılarla İlgili Demografik Bilgiler

		Frekans	Yüzde	Toplam Yüzde
Okul	AKÜ	158	42,7	42,7
	DPÜ	212	57,3	100
Cinsiyet	Kadın	231	62,4	62,8
	Erkek	137	37	
Yaş	18-25 yaş	355	95,9	97,5
	26-30 yaş	8	2,2	99,7
	31-40 yaş	1	0,3	
Sınıf	1. sınıf	83	22,4	22,6
	2. sınıf	95	25,7	48,5
	3. sınıf	107	28,9	77,7
	4. sınıf	82	22,2	

Tablo 3'te araştırmaya katılan öğretmen adaylarının cinsiyet, yaş ve sınıf değişkenlerinin frekansları ve yüzdelik dilimleri verilmiştir. Buna göre; ankete katılanların %37'si erkek, %62.4'ü ise, kadındır. Katılımcıların çoğunlukla (%95,6) 18-25 yaş aralığında olduğu, 26 -30 yaş aralığında 8, 31-40 yaş aralığında ise 1 kişinin bulunduğu görülmüştür. Katılımcıların anketin yapıldığı tarihte, eğitim gördükleri sınıflara bakıldığında, birbirlerine yakın sayılarda dağılıma sahip oldukları görülmüştür. Buna göre; 1. sınıfta 83, 2 sınıfta 95, 3. sınıfta 107 ve 4. sınıfta eğitim gören 82 öğretmen adayı olduğu görülmüştür. Katılımcılardan 2 kişinin cinsiyet sorusunu, 6 kişinin yaş sorusunu, 3 kişinin ise, bulunduğu sınıf sorusunu yanıtlamadığı görülmüştür.

Verilerin Toplanması ve Veri Toplama Araçları

İstatistik, belirlenen bir amaç doğrultusunda, verilerin toplanması, sınıflandırılması, çözümlenmesi ve sonuçların yorumlanması ile ilgili yöntem ve teknikleri kapsayan bilim dalıdır. Sosyal bilimler alanında, insan davranışlarını anlamlandırmaya ve insan davranışları hakkında bilgi toplamaya çalışma süreci içindeki etkinlikler, araştırma olarak adlandırılır. Bir araştırma kapsamında ulaşılan ölçme sonuçları araştırmanın verileri olarak tanımlanabilir (Büyüköztürk, Çokluk ve Köklü, 2013).

Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Sosyal Medya Kullanımı ile Mesleki Tutumları ile İlişkisinin İncelenmesi adlı çalışmamızda veri toplama aracı olarak

anket kullanılmıştır. Veri toplama aracını oluşturmak için literatür ayrıntılı biçimde taranmıştır.

Öğrencilerin sosyal medyaya yönelik tutumlarını ölçmek amacıyla 5 dereceli likert tipi Sosyal Medya Tutum Ölçeği kullanılmıştır. Araştırma ile ilgili veriler Bedir'in (2013), Ök'ün (2013) ve Üstüner'in (2006) çalışmalarından bahsi geçen bu kişilerden gerekli izinler alınarak kullanılmıştır.

Çalışmada kullanılan anket 4 bölümden oluşmaktadır.

Birinci bölümde, öğretmen adaylarına cinsiyet, yaş ve sınıflarını belirlemeye yönelik 4 soru yöneltilmiştir.

İkinci bölümde, internet ve sosyal ağları kullanma sürelerini, sıklıkla kullanılan sosyal paylaşım sitelerini ve kullanım sürelerini, sosyal paylaşım sitelerinde sahip oldukları arkadaş sayılarını belirlemeye yönelik toplam 6 soru yöneltilmiştir.

Üçüncü bölümde, sosyal medya kullanımına ilişkin toplamda 42 soru yöneltilmiştir.

Dördüncü ve son bölümde ise, öğretmenlik mesleği tutum ölçeğini oluşturan toplam 34 soru yöneltilmiştir.

Çalışmamızda kullandığımız ankette, öğretmen adaylarına toplamda 86 soru yöneltilmiştir.

Verilerin Analizi

Araştırma sonucunda elde edilen verilerin analizinde SPSS 18 programı kullanılmıştır. Tanımlayıcı (betimleyici) istatistiklere ilişkin bulgular başlığı altında öncelikle cinsiyet, yaş ve bulunduğu sınıfa ait demografik değişkenlerin frekans dağılımları verildikten sonra; öğretmen adaylarının internet kullanım sürelerinin, sosyal ağları kullanma sıklıklarının, internette bulunma sürelerinin, en sık kullandıkları sosyal ağların, sosyal ağ platformlarında sahip oldukları arkadaş sayılarının da frekans ve yüzde dağılımları verilmiştir. Betimsel istatistik, örneklem üzerinde veya elde edilmesi halinde evrenin tamamından sağlanan verileri kullanarak, araştırma kapsamında yer alan bireylerin özelliklerini belirlemek amacıyla yürütülen bir süreçtir (Büyüköztürk, 2004).

Sosyal medya kullanımına ve öğretmenlik mesleği tutum ölçeğine yönelik ayrı ayrı faktör analizi uygulanarak söz konusu ölçeklerin alt boyutları belirlenmiştir. Bu alt boyutlar ile öğretmen adaylarının sosyal medya kullanım tercihlerine yönelik değişkenler arasında anlamlı bir ilişkinin bulunup bulunmadığını belirlemek için bağımsız örneklem t testine ve ANOVA testine başvurulmuştur. Bağımsız örneklem t testi sonucunda öğretmenlik mesleğine yönelik tutumun ve sosyal medya kullanımının cinsiyete göre farklılık gösterip göstermediği tespit edilmiştir. ANOVA testi sonucunda ise, yine öğretmenlik mesleğine yönelik tutumun ve sosyal medya kullanımının yaş, sınıf, sosyal medya veya internet kullanım süresi, internette veya sosyal paylaşım ağlarında geçirdikleri süre, tercih ettikleri sosyal platformlar değişkenlerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği araştırılmıştır.

Araştırmacının amaçları içerisinde sürekli bir değişkene ait ortalamaların kategorik bir değişkene göre karşılaştırılması olabilir, gruplar arasında bulunan farkların istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığı bazı hipotez testleri ile test edilebilir. Bağımsız örneklem t testi bir değişkenin ortalama değerlerinin iki gruba sahip değişkene göre farklılık gösterip göstermediğini incelerken; tek yönlü Anova testi ise, ikiden fazla gruba sahip değişkene göre ortalamaların farklılık gösterip göstermediğini test eder (Büyüköztürk, 2004).

Korelasyon analizi ile sosyal medya kullanımına yönelik boyutlar ile öğretmenlik mesleğine yönelik tutumun alt boyutları arasında bir ilişki bulunup bulunmadığı araştırılmıştır. Söz konusu faktörler arasında ilişki bulunması halinde bu ilişkinin yönü ve şiddetini belirlemek amacıyla doğrusal regresyon analizi uygulanmıştır. Değişkenlerin ölçme yapısına, dağılım özelliklerine, aralarındaki ilişkinin doğrusal olup olmamasına, değişken sayısına ve kontrol durumuna göre farklılık gösteren korelasyon analizi sonucunda bir korelasyon katsayısı elde edilmektedir. Korelasyon katsayısı değişkenler arasındaki ilişkinin derecesini, miktarını ve ilişkinin yönünü açıklayan katsayıdır (Büyüköztürk, 2004).

Bütün bu süreç sonunda, yukarıda belirtilen amaçlar doğrultusunda oluşturulan problemlere cevaplar aranmıştır. Böylece, öğretmenlik mesleğine yönelik tutumların internet ve sosyal medya kullanımına bir etkisinin bulunup bulunmadığı hakkında bilgi sahibi olunmuştur. Ayrıca, öğretmenlik mesleğine yönelik tutumların öğretmen adaylarının demografik özellikleri, sosyal medya

tercihleri veya sosyal medyanın hayatlarındaki kapsadığı yere göre farklılık göstermesi açısından literatüre bir katkı sağlanmaya çalışılmıştır.

Faktörlerin normallik varsayımının sınanması amacıyla elde edilen çarpıklık ve basıklık değerleri Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4

Normallik Testi Sonuçları

Faktörler	Çarpıklık	Basıklık
Kendini ifade etme	0,089	-0,542
Hoş vakit geçirme	-0,156	0,922
Eğitim ve akademik başarı	-0,424	0,586
Öğretmenler ile iletişim halinde olmak için	-0,212	-0,780
Bilgi paylaşımı	-0,509	2,051
Çevre edinebilme	-0,478	-0,207
Yeni fotoğraf ve videolara erişebilme	-0,832	1,497
Arkadaş çevresi ile iletişimde kalma	-1,273	2,196
Öğretmenlik mesleğine yönelik olumlu tutum	-0,416	-0,208
Öğretmenlik mesleğine yönelik olumsuz tutum	0,930	0,280

Normallik testi sonucunda arkadaş çevresi ile iletişimde kalma faktörünün basıklık değeri dışında diğer faktörlerin çarpıklık ve basıklık değerlerinin ± 2 arasında yer alması ve arkadaş çevresi ile iletişimde kalma faktörünün de çarpıklık değerinin ± 2 arasında yer alması sonucunda faktörlerin normal dağılıma uygun olduğu görülmüştür. Normallik varsayımının sağlandığından emin olunduktan sonra farklılıklara ilişkin bulgular elde edebilmek amacıyla ANOVA ve bağımsız örneklem t testi uygulamalarına geçilmiştir. ANOVA testi sonucunda, varyansların eşit dağılım göstermesi durumunda Scheffe, LSD, Tukey, Duncan Post Hoc testleri yardımıyla veya varyansların eşit dağılım göstermemesi durumunda Tamhane ve Games Howell Post Hoc testlerinden yararlanılarak hangi gruplar arasında anlamlı farklılığın bulunduğu tespit edilebilmiştir.

Üçüncü Bölüm

Bulgular

Bu bölümde araştırma sürecinde anket yoluyla katılımcılardan elde edilen verilerin analizi sonucunda ortaya çıkan bulgulara yer verilmiştir. Ayrıca, demografik özelliklere göre sosyal medya kullanımı ve öğretmenlik mesleği tutumu arasındaki ilişki analiz edilmiştir.

Çalışmanın verilerini analiz etmek için kullanılan anket, daha önce güvenilirliği sınanan ve benzer amaca hizmet eden ölçekler ve demografik özelliklere yönelik sorulardan oluşturulmuştur. Daha önce güvenilirliği belirlenen ölçeklerin yapı geçerliliğini ve alt boyutlarını belirlemek amacıyla açılımlı faktör analizine başvurulmuştur. Faktör analizi ile elde edilen faktörlerin güvenilirlikleri Cronbach α katsayısı yardımıyla tekrar sınanmıştır. Bu çalışmada, faktör analizi yardımıyla sağlanan yapı geçerliliği, testte ölçülmek istenen davranış bağlamında soyut bir olguyu doğru bir şekilde ölçebilme derecesini belirtmiştir. Güvenilirlik, bireylerin ankette yer alan sorulara verdikleri cevaplar arasında tutarlılığı belirtmiştir. Bu bağlamda güvenilirlik, iç tutarlılığı ifade etmektedir. Güvenilirlik sınamaları içerisinde yer alan Cronbach α katsayısının 0,70'den büyük olması güvenilirlik için yeterli kabul edilmektedir (Büyüköztürk, 2004).

Sosyal medya kullanımının, üniversite öğrencilerinin mesleki tutumları ile ilişkisinin bulunup bulunmadığını belirlemek için korelasyon analizine başvurulmuştur. Korelasyon analizi sonucunda, sosyal medya kullanımı ile mesleki tutum arasında bir ilişki bulunması halinde, sosyal medya kullanımının mesleki tutum üzerindeki etkisini belirlemek, mesleki tutum üzerinde tahminde bulunmak ve sosyal medya kullanımının öğretmenlik tutumunun ne kadarlık bir kısmını açıkladığını belirlemek amacıyla çoklu doğrusal regresyon modeline başvurulmaktadır (Büyüköztürk, 2004: 87). Ayrıca, üniversite öğrencilerinin cinsiyet, sınıf, kullandıkları sosyal medya platformlarına göre sosyal medya tutum ölçeğinin farklılık gösterip göstermediğinin tespiti için bağımsız örneklem t testine ve tek yönlü ANOVA testine başvurulmuştur.

Çalışma verilerinin analizi kısmında SPSS (Statistical Package for The Social Science) 18 paket programından yararlanılmıştır. İstatistik modellerden olan faktör analizi, korelasyon analizi ve regresyon analizi yapılarak veriler işlenmiştir.

Faktör Analizi

Faktör analizi, çoğunlukla birçok değişken arasında var olan ilişkiden faydalanılarak, ortak boyutların tespit edilmesi yoluyla ulaşılan daha az sayıda yeni değişken (faktör) belirlemek amacıyla başvuru bir yöntemdir. Birbirleri arasında ilişki içerisinde olan yapılar aynı boyutlarda toplanmakta ve bu boyutlar faktör olarak adlandırılmaktadır. Faktör analizi yardımıyla aralarında ilişki bulunan çok sayıda değişkenlerin sayıları azaltılması yolu ile gözlenemeyen ancak, değişkenlerin birlikte bulunması ile meydana gelen, sınıflamayı yansıtan faktörler elde edilmektedir. Faktör analizi yardımıyla bilinen fakat gözlemlenemeyen gizli alt boyutlar tespit edilmiş olacaktır (Şencan, 2005: 355).

Literatürde genellikle iki farklı faktör analizi vardır. Bunlar: Açımlayıcı faktör analizi ve doğrulayıcı faktör analizi. Doğrulayıcı faktör analizi, daha önce kanıtlanmış bir hipotezin tekrar test edilmesi amacıyla kullanılırken; açımlayıcı faktör analizinde faktörlerin veya alt boyutların meydana getirilmesi amaçlanmaktadır. Çalışmada daha önceden test edilen hipotezin sınanmasından ziyade, ölçekleri oluşturan alt boyutların (faktörlerin) belirlenmesi amaçlandığı için açımlayıcı faktör analizine başvurulmuştur. Ayrıca, açımlayıcı faktör analizi çoğunlukla likert ölçekli sorulara sahip olan anketlerden elde edilen ölçeklerin alt boyutlarını belirlemek için literatürde sıklıkla kullanılan bir yöntemdir. Faktör analizi 4 aşamadan meydana gelmektedir. Bunlar: Veri setinin faktör analizi için uygunluğunun sınanması, faktörlerin tespit edilmesi, faktörlere eksen döndürme işlemi, faktörlerin adlandırılmasıdır (Astar ve Güriş, 2015).

Değişkenlerin faktör analizi için uygunluğunun sınanması amacıyla Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ölçütüne başvurulmuştur. Barlett küresellik testi ise, faktör analizinin varsayımlarının sınanması için başvuru ikinci bir testtir. Barlett küresellik testi yardımıyla veri matrisinin uygunluğu test edilmiştir. Barlett küresellik testi ile ulaşılan X^2 test istatistiğinin 0.05'ten küçük olasılık değeri verilerin normal dağılım gösteren ana kütlede geldiğini dolayısıyla örneklemin bütünü açıklamakta yeterli olduğunu göstermektedir (Astar ve Güriş, 2015).

Verilerin faktör analizi için uygunluğunun belirlenmesinden sonra ikinci aşamaya geçilmiştir. Faktörlerin elde edilmesi amacıyla yürütülen ikinci aşamada öncelikle faktör analizinin yöntemi belirlenmiştir. Faktör analizinde yöntemler temel bileşenler ve ortak faktör yöntemi olarak ikiye ayrılmaktadır. Ortak faktör yöntemi birçok yöntemleri bünyesinde barındıran bir yöntemdir. Temel bileşenler yöntemi ise; verideki tüm varyansları dikkate alır. Toplam varyansı (değişimi) dikkate alan temel bileşenler yönteminde; faktör elde edebilmek için ortak varyansın ortalama bir değeri kestirilir. Ortak bileşenler yöntemi veya temel bileşenler yönteminden hangisi ile daha iyi sonuçlara ulaşıldığı konusunda alan yazında bir birliktelik bulunmamakla birlikte çalışmada da kullanılan temel bileşenler yönteminin daha sık başvurulan bir yöntem olduğu bir gerçektir. 30'dan fazla değişkene sahip veri setinde veya ortak varyansın 0.60'tan fazlası değişkenlerin çoğunu içerdiği durumlarda temel bileşenler veya ortak bileşenler yönteminin her ikisinden de benzer sonuçlar elde edilmektedir (Alpar, 2015).

Faktör sayılarının belirlenmesi de faktör belirlenmesi süreci içerisinde yapılmaktadır. Faktör analizinde belirlenebilecek faktör sayısı değişken sayısı ile sınırlı olmakla birlikte bu faktör analizinin amacı ile uygun olmayacaktır. Faktör analizi ile güdülen asıl amaç toplam varyansı mümkün olan en az değişkenleri açıklamaktır. Öz değer ölçütü, faktör sayılarının belirlenmesi amacıyla sıkça başvurulan ölçüttür. Bir faktörün açıklayıcılığının en azından bir değişkenle açıklanabilmesi halinde öz değer ölçütü 1'den büyük değer almaktadır. Öz değeri 1'den büyük faktörler önemli faktörler olarak kabul edilmektedir (Alpar, 2017).

Faktör yükleri matrisi yardımıyla faktörleri meydana getiren sorular belirlenebilir. Her bir faktörde yer alan değişkenin (soruların) önemi o faktördeki ağırlığı ile belirlenir. Değişkenlerin faktörlerdeki ağırlığı faktör yükü değerleri ile belirlenir. Negatif veya pozitif değer alabilen faktör yüklerinin genellikle 0,50'den büyük olması beklenir. Mutlak değer olarak 0,30 ve 0,40 arasında bulunan faktör yükleri kabul edilebilir en düşük yükler, 0,50'den büyük yükler uygulanabilir yükler, 0,70'ten büyük yükler ise yapıyı en iyi açıklayan yüklerdir (Alpar, 2017).

Elde edilen faktör matrisi bazı durumlarda yorumlama yapılamaz halde olabilir. Bu sebeple eksen döndürme (eksen rotasyonu) işlemine başvurulmalıdır. Dik döndürme ve eğik döndürme olarak iki farklı eksen rotasyonu işlemi bulunmaktadır. Dik ve eğik döndürme işlemleri özellikle yüksek gözleme sahip

veri setlerinde çoğunlukla benzer sonuçlar vermektedir. Dik döndürmede en sık kullanılan yöntem ise Varimax veya Quartimax yöntemidir (Astar ve Güriş, 2015).

Veri setinin uygunluğunun sınanması, faktörlerin belirlenmesi ve yorumlanmaya uygun hale getirilmesi aşamalarından sonra son olarak faktörlerin isimlendirilme süreci yürütülmelidir. Birbirleriyle ilgisiz değişkenlerin bir arada toplanması durumuyla karşılaşılması halinde yüksek faktör yüküne sahip değişkenler temel alınmalıdır (Astar ve Güriş, 2015).

Bağımsız Örneklem t Testi ve Tek yönlü ANOVA Analizi

Bağımsız örneklem t testi yardımıyla N1 ve N2 anakütleye sahip n1 ve n2 birimli örnek ile iki anakütle ortalaması μ_1 ve μ_2 arasındaki anlamlı farklılık belirlenebilir. Bağımsız örneklem t testinin ilk varsayımı örneklerin birbirinden bağımsız olmasıdır. İki grup arasındaki ortalamalar birbirinden bağımsız ise, aradaki farklılığın istatistiki açıdan anlamlılığı bağımsız örneklem t testi ile belirlenecektir (Astar ve Güriş, 2015).

Bağımsız örneklem t testi parametrik testler içerisinde yer aldığından öncelikle normallik ve varyansların eşitliği varsayımının sağlanıp sağlanmadığı araştırılmalıdır. Normallik veya varyansların eşitliği varsayımı sağlanamaması durumlarında non-parametrik testlere başvurulmalıdır. Bu durumda kullanılacak testler şunlardır: Mann Whitney U testi, Wald Wolfowitz ve Wilcoxon Mann Whitney U Testi bağımsız örnek t testinin non-parametrik karşılığıdır (Astar ve Güriş, 2015).

Bağımsız örneklem t testi, iki örnek ortalaması arasındaki farkın istatistiki açıdan anlamlılığını test eden bir yöntemdir. Grup sayısının 2'den fazla olması durumunda ise, anlamlı farklılığın testi için tek yönlü ANOVA testine başvurulmuştur. Grup sayısı 2'den fazla olduğu durumlarda t testinin uygulanması 2'li karşılaştırmalara neden olmuş ve işlem sayısını arttırmıştır. Bu durum, 1. Tip hata yapma olasılığını arttırmıştır. ANOVA testinin farklı çeşitleri olmakla birlikte bu çalışmada başvuru olan tek yönlü ANOVA testinde bağımlı değişkenin bağımsız değişkenin düzeyine göre farklılaşp farklılaşmadığı farklı gruplarda hesaplanan varyansların karşılaştırılmasına dayanan F testi yardımıyla incelenmiştir. Parametrik testler içerisinde yer alan tek yönlü ANOVA testinde de

parametrik test varsayımlarından olan normallik ve varyansların eşitliği varsayımlarının sınanmasını gerekli kılmıştır.

ANOVA testi ile birlikte elde edilebilecek olan Post Hoc testleri yardımıyla varyansların homojen dağılmadığı durumlarda bile hangi gruplar arasında anlamlı farklılığın bulunduğu belirlenebilmektedir (Astar ve Güriş, 2015). Non-parametrik testler içerisinde yer alan Kruskal Wallis Testi, sürekli sayısal bir değişkenin ortalamasının ikiden fazla gruba sahip bir değişkene göre, farklılaşp farklılaşmadığının incelenmesinde, örnek birim sayısı yetersiz olduğunda veya örnek birim sayısı yeterli olsa da parametrik test varsayımları yerine getirilemiyorsa kullanılmaktadır (Astar ve Güriş, 2015).

Basit ve Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi

Bağımsız değişken veya değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki etkisini bulmak amacıyla uygulanan doğrusal regresyon analizi, basit ve çoklu doğrusal regresyon olmak üzere ikiye ayrılır. Basit doğrusal regresyonda bir bağımlı bir bağımsız değişken bulunmakla birlikte çoklu doğrusal regresyonda bir bağımlı bir bağımsız değişken bulunmalıdır. Doğrusal regresyon modelinde, bağımsız değişkenlerin katsayılarından yola çıkılarak bağımlı değişkenin değeri hakkında kestirimde bulunulabilir. Zaten, kestirim yapmak doğrusal regresyonun önemli amaçlarından birisidir (Alpar, 2017).

Basit doğrusal regresyon modelinde, X ve Y gibi iki değişken arasındaki ilişkiyi açıklamak için aşağıda verilen regresyon modeli kullanılmaktadır.

$$Y\hat{I} = \beta_0 + \beta_1 X_i + \epsilon_i$$

Modele eklediğimiz hataları açıklayacak ve ϵ_i şeklinde ifade edilen değişkene hata terimi adı verilir. X_i ve $Y\hat{I}$ değerlerinin tümü, β_0 ve β_1 parametreleri ile elde edilen doğru üzerinde bulunmayacakları için gerçek değerler ile doğru üzerinde yer alan değerler arasındaki fark hata terimi ile ifade edilmektedir. $Y\hat{I}$ değişkenine bağımlı, X_i değişkenine ise, bağımsız veya açıklayıcı değişken adı verilmektedir (Astar ve Güriş, 2015).

Parametrik testler içerisinde yer alan doğrusal regresyon testi ile güvenilir sonuçlar elde edebilmek için aşağıda maddeler halinde verilen varsayımların sınanması gerekmektedir.

- Normallik varsayımı: Bu varsayım hata terimlerinin normal dağılımını ifade etmektedir. Bu varsayım ile örneklemin tüm evreni temsil etme gücü test edilmektedir.
- Sıfır ortalama varsayımı: Hata terimlerinin aritmetik ortalaması sıfır olmalıdır.
- Otokorelasyon varsayımı: Birbirini takip eden hata terimleri arasında ilişki bulunması halinde otokorelasyon sorunu ile karşılaşmaktadır. Durbin Watson test istatistiği, otokorelasyon varsayımını sınamak amacıyla en yaygın kullanılan testtir. Durbin Watson test istatistiğinin elde edilebilmesi için modelde sabit terim ve değişkenlerin gecikmeli değerlerinin yer almaması gerekir. Durbin Watson test istatistiğinin 2 civarlarında olması değişkenler arasında otokorelasyonun olmadığını göstermektedir (Gujarati ve Porter, 2012).
- Sabit varyans varsayımı: Hata terimlerinin her birinin dağılımı eşit olmalıdır.
- Bağımsız değişkenin tesadüfi değişken olmaması: Bağımsız değişkende tesadüfi bir değer yer almamalıdır.
- Çoklu doğrusal bağlılık: Açıklayıcı değişkenler arasında güçlü bir ilişki olması durumunda çoklu doğrusal bağlılık söz konusu olmaktadır. Fakat, modelde yer alan değişkenler arasında güçlü doğrusal ilişki bulunmaması gerekir. Varyans büyütme faktörü (VIF) yardımıyla çoklu doğrusal bağlılık varsayımı sınanabilmektedir. VIF değerinin 5'ten büyük çıkması halinde değişkenler arasında çoklu doğrusal bağlılık söz konusu olmaktadır ve düzeltilmelidir (Astar ve Güriş, 2015).

Sosyal medya kullanımına ve öğretmenlik mesleği tutum ölçeğine yönelik ayrı ayrı faktör analizi uygulanarak söz konusu ölçeklerin alt boyutları belirlenmiştir. Bu alt boyutlar ile öğretmen adaylarının sosyal medya kullanım tercihlerine yönelik değişkenler arasında anlamlı bir ilişkinin bulunup bulunmadığını belirlemek için bağımsız örneklem t testine ve ANOVA testine başvurulmuştur.

Bağımsız örneklem t testi sonucunda, öğretmenlik mesleğine yönelik tutumun ve sosyal medya kullanımının cinsiyete göre farklılık gösterip göstermediği tespit edilmiştir. ANOVA testi sonucunda ise, yine öğretmenlik mesleğine yönelik tutumun ve sosyal medya kullanımının yaş, sınıf, sosyal medya veya internet kullanma süresi, internette veya sosyal paylaşım ağlarında geçirdiği süre tercih ettikleri sosyal platformlar değişkenlerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği tespit edilmiştir.

Korelasyon analizi ile sosyal medya kullanımına yönelik boyutlar ile öğretmenlik mesleğine yönelik tutumun alt boyutları arasında bir ilişki bulunup bulunmadığı belirlenmiştir. Söz konusu faktörler arasında ilişki bulunması halinde bu ilişkinin yönü ve şiddetini belirlemek amacıyla doğrusal regresyon analizi uygulanmıştır.

Bütün bu süreç sonunda, çalışmanın amaçları doğrultusunda oluşturulan problemlere cevaplar bulunmuştur. Böylece, öğretmenlik mesleğine yönelik tutumların internet ve sosyal medya kullanımına bir etkisinin bulunmadığı hakkında bilgi sahibi olunmuştur. Ayrıca, öğretmenlik mesleğine yönelik tutumların öğretmen adaylarının demografik özellikleri, sosyal medya tercihleri veya sosyal medyanın hayatlarındaki kapsadığı yere göre farklılık göstermesi açısından literatüre bir katkı sağlanmıştır.

Betimleyici İstatistiklere İlişkin Bulgular

Tablo 5'te öğretmen adaylarının ne kadar süredir internet kullandıklarını, internette veya sosyal ağlarda geçirdikleri süreleri, sosyal paylaşım sitelerindeki arkadaşlarını belirlemeye yönelik değişkenlerin frekans ve yüzdelik dağılımları verilmiştir.

Tablo 5

Sosyal Medya Kullanım Tercihlerine Yönelik Değişkenlerin Frekans Dağılımları

		Frekans	Yüzde	Toplam Yüzde
Ne kadar süredir internet kullanıyorsunuz?	1 yıldan az	1	0.3	0,3
	1-2 yıl	14	3.8	4,1
	3 yıldan fazla	350	94.6	
Sosyal ağları hangi sıklıkta kullanıyorsunuz?	Ayda 1-2 gün	1	0.3	0.3
	Haftada 1-2 gün	5	1.4	1.6
	Haftada 3-4 gün	12	3.2	4.9
	Haftada 5-6 gün	21	5.7	10.7
	Her gün	326	88.1	
Günde ortalama kaç saatinizi internet kullanımına ayırıyorsunuz?	1 saatten az	14	3.8	3.8
	1-2 saat	82	22.2	26.2
	2-5 saat	178	48.1	74.9
	5 saatten az	92	24.9	
Facebook, Instagram gibi sosyal paylaşım sitelerinde kaç arkadaşınız var?	0-50 kişi	21	5.7	5.9
	51-100 kişi	21	5.7	11.9
	101-200 kişi	81	21.9	34.7
	201-500 kişi	172	46.5	83.3
	501 ve daha fazla	59	15.9	

Tablo 5'e göre, katılımcıların büyük çoğunluğu (350 kişi) 3 yıldan fazla süredir internet kullandıklarını belirtmişlerdir. 1 kişi 1 yıldan az süredir, 14 kişi ise 1 veya 2 yıldır internet kullandığını belirtmiştir. 370 katılımcı içerisinde 326 kişi her gün sosyal ağları kullandığını ifade etmiştir. Yine, katılımcıların %24.9'u günde 5 saatten daha az süreyi internette geçirdiğini belirtmiştir.

Yine, katılımcılardan %46.5'i sosyal paylaşım sitelerinde 201-500 kişi arasında arkadaşının bulunduğunu belirtmiştir. Katılımcılardan %12'si sosyal paylaşım sitelerinde 100 kişiden daha az arkadaşının olduğunu, %21.9'u ise, sosyal paylaşım sitelerinde 101 ile 200 kişi arasında arkadaş sahip olduğunu ifade etmiştir.

Tablo 6'da sosyal bilgiler öğretmen adayları tarafından son 6 ay içinde en sık kullanılan sosyal ağlara yönelik frekans dağılımı verilmiştir.

Tablo 6

Sosyal Bilgiler Öğretmen Adayları Tarafından Son 6 Ay İçinde En Sık Kullanılan Sosyal Ağlara Yönelik Frekans Dağılımları

		Frekans	Yüzde
Son 6 ay içerisinde en sık kullandığımız sosyal ağ hangisidir?(Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)	Facebook	34	4.8
	Twitter	71	10
	Myspace	3	0.4
	Youtube	243	34.1
	Instagram	284	39.9
	Snapchat	25	3.5
	Scorp	1	0.1
	Periscope	51	7.2

*: Bu soruya bir kişi birden fazla yanıt verebileceği için cevapların yüzdesi %100'ü aşabilecektir.

Tablo 6 incelendiğinde, Sosyal Bilgiler öğretmen adayları içerisinde 34 kişi son 6 ay içerisinde en çok Facebook'u, 71 kişi Twitter'ı, 3 kişi Myspace'i, 243 kişi Youtube'u, 284 kişi Instagram'ı, 25 kişi Snapchat'i, 1 kişi Scorp'u ve 51 kişi Periscope kullandığını belirtmiştir. Bu durumda, öğretmen adayları içerisinde en fazla kullanılan sosyal platformun Instagram ve Youtube olduğu en az kullanılan platformun ise, Scorp olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 7'de Sosyal Bilgiler öğretmen adayları tarafından kullanılan sosyal medya platformlarının cinsiyet faktörüne göre değişimi verilmiştir.

Tablo 7

Sosyal Bilgiler Öğretmen Adayları Tarafından Kullanılan Sosyal Medya Platformlarının Cinsiyet Faktörüne Göre Değişimi

		Cinsiyet	
		Kadın	Erkek
Facebook	Sayı	9	25
	Yüzde	3.9	18.2
Twitter	Sayı	36	35
	Yüzde	15.7	25.5
Myspace	Sayı	2	1
	Yüzde	0.9	0.7
Youtube	Sayı	146	97
	Yüzde	63.8	70.8
Instagram	Sayı	184	100
	Yüzde	80.3	73
Snapchat	Sayı	16	9
	Yüzde	7	6.6
Scorp	Sayı	1	0
	Yüzde	0.4	0
Periscope	Sayı	32	19
	Yüzde	14	13.9

*: Bu soruya bir kişi birden fazla yanıt verebileceği için cevapların yüzdesi %100'ü aşabilecektir.

Tablo 7’de, ilk sütunda yer alan sosyal medya platformlarının cinsiyete göre dağılımları incelenmiştir. Facebook’u kadınlardan daha çok erkeklerin kullandığı, Youtube’u ise, kadınların erkeklere oranla daha fazla tercih ettiği görülmüştür. Çoğunlukla Instagram kullandığını belirten 184 kadın ve 100 erkek olduğu tespit edilmiştir. Twitter’in ise, erkek ve kadınlar arasında aynı oranlarda tercih edildiği görülmüştür. Çoğunlukla Twitter’ı kullandığını belirten 36 kadın ve 35 erkek vardır. Scorp’u kullanan bir kişinin ise, kadın olduğu görülmüştür.

Sosyal Medya Kullanımına İlişkin Faktör Analizi Sonuçları

Sosyal medya kullanımını belirlemeye yönelik sorular yardımıyla alt boyutların (faktörlerin) belirlenmesi için faktör analizi uygulanmıştır. Faktör analizinin ilk aşamasında veri setinin faktör analizi için uygunluğu test edilmiştir. Faktör analizi için varsayımların sınanmasının ardından faktörlerin belirlenmesi amacıyla yürütülen ikinci aşamaya geçilmiştir.

Çalışmada yapı geçerliliğinin sağlanması amacıyla açıklayıcı faktör analizine başvurulmuştur. Bu nedenle, faktör analizi temel bileşenler yöntemiyle (principal components) gerçekleştirilmiştir. Faktör analizinin daha yorumlanabilir olması için faktör döndürme işlemi uygulanmıştır. Faktör döndürme işlemi için diğer dik ve eğik döndürme işlemleri de denenerek en uygun sonucun Varimax döndürme yöntemi olduğuna karar verilmiştir.

Özdeğer (eigenvalues) ölçütüne göre ise 8 faktör olduğu belirlenmiştir. Toplam 8 faktörün toplam varyansı açıklama oranı %63.45 olarak belirlenmiştir. Faktör yükleri matrisi yardımıyla hangi ifadelerin hangi faktörde olduğu belirlenmiştir. Ancak, 0,50’den yüksek faktör yüküne sahip olan ifadeler uygulanabilir olduğu için 0,50’den az faktör yüküne sahip ifadeler analizden çıkarılmıştır.

Sosyal ağların kullanım amacını belirlemeye yönelik toplam 53 ifade içerisinden çıkarılan 14 ifade Tablo 8’de verilmiştir.

Tablo 8

Sosyal Medya Kullanımına Yönelik Çıkarılan İfadeler

Bir arkadaşşıma özel bir mesaj gönderebiliyorum.
Sevdiğim insanlardan siteye yeni fotoğraflar eklemelerini beklerim.
Kültürümü yansıtan bilgiler elde etmek için.
Dünyadaki statümü/ pozisyonu geliştirmek için.
Sosyal medyada online oyun oynayabiliyorum.
Pek çok konuda fikir sahibi olmamı sağlıyor.
Gelecek hakkındaki beklentilerimi iyileştirmek.
Kendimi daha az yalnız hissetmemi sağlıyor.
Yeni/ sıra dışı fotoğraf ve video albümleri bulmak için.
Romantik ilişkiler geliştirmek için.
Kendi kişilik özelliklerimi ve hobilerimi sunabiliyorum.
Bazı özel insanların fotoğraf ve video albümlerine ulaşmak için.
Yeni teknolojiyi yakalamak/ uyum sağlamak için.
Sosyal medyada farkında olmadan çok zaman harcıyabiliyorum.

Tablo 8’de sosyal ağların kullanım amacına yönelik faktörlerin faktör yükleri verilmiştir. Tablo 8’de görüleceği üzere, faktör yükleri matrisi yardımıyla faktörler ve faktör isimleri belirlenmiştir. Faktörleri oluşturan ifadelerden yola çıkılarak faktörler isimlendirilmiştir. Araştırmacı, çok boyuta sahip bir ölçeğin içerisinde bulunan gizli boyutların belirlenmesini amaçlıyorsa, güvenilirlik analizlerinden önce faktör analizini uygulanmalıdır (Şencan, 2005).

İçsel güvenilirliğinin belirlenmesi için Cronbach α katsayısı kullanılmıştır. α katsayısı ölçekte yer alan n adet maddenin türdeş bir yapıyı açıklamak ya da sorgulamak amacıyla elde edilmektedir. Güvenilirliği araştırılan faktörün α katsayısının yüksek olması faktörleri oluşturan maddelerin tutarlı olduğunu ve aynı özelliği oluşturan maddelerden meydana geldiğini göstermektedir (Alpar, 2017: 784). 0 ve 1 arasındaki değerlerden oluşan Cronbach α . katsayısı (Astar ve Güriş, 2015)

$0 \leq \alpha < 0.5$ ise ölçek güvenilir değildir.

$0.5 \leq \alpha < 0.6$ ise ölçek güvenilirdir.

$0.6 \leq \alpha < 0.7$ ise ölçek kabul edilebilir derecede güvenilirdir.

$0.7 \leq \alpha < 0.9$ ise ölçek iyi derecede güvenilirdir. $\alpha > 0.9$ ise çok iyi güvenilir.

Tablo 9’da Sosyal Ağların Kullanım Amacına Yönelik Faktörlerin Faktör Yükleri verilmiştir.

Tablo 9

Sosyal Ağların Kullanım Amacına Yönelik Faktörlerin Faktör Yükleri

	Bileşenler									
	Kendini ifade etme	Hoş vakit geçirme	Eğitim ve akademik başarı	Öğretmenler ile iletişim halinde olmak için	Bilgi paylaşımı	Çevre edinebilim	Yeni fotoğraf ve videolara erişebilme	Arkadaş çevresi ile iletişimde kalma		
İnsanların gözünde hoş bir izlenim oluşturmak için	,814									
Başkaları tarafından desteklenmek için	,791									
İnsanlar arasında daha kolay fark edilmek /tanınmak istiyorum	,764									
Bir gruba aitmiş hissine kapılmak için	,750									
İnsanların hakkımda daha çok bilgi sahibi olmalarını istiyorum	,717									
Fotoğraf albümlerini incelemek hayatımın bir parçası haline geldi	,689									
Fotoğrafların düzenli olarak güncellenip güncellenmediğini kontrol ediyorum	,642									
Kendimi ifade etmemi sağlıyor	,618									
Sitede fotoğrafları yer alan belli kişileri dostlarımla tartışırım	,617									
Görsel olarak tanınırlığımı artırmak için	,595									
Sosyal medya kullanmaktan zevk duyuyorum		,738								
Sosyal medya kullanmayı seviyorum		,738								
Sosyal medya kullanmak eğlenceli bir şey		,729								
Eğlence ihtiyacımı karşılayabiliyorum		,708								
Boş zamanlarımı değerlendirmede bana çeşitli alternatifler sunuyor		,674								
Görmek istediğim birçok şeyi bana sunuyor		,628								
Arkadaşlarımla iletişim kurabiliyorum		,627								

Tablo 9 (Devam)

Sosyal Ağların Kullanım Amacına Yönelik Faktörlerin Faktör Yükleri

Rutin bir gün içerisinde vakit geçirmeme yardımcı oluyor	,547
Sosyal medya siteleri çağdaş insan için bir ihtiyaçtır.	,750
Sosyal medya siteleri öğrencilerin eğitim hayatına katkı sağlar.	,720
Sosyal medya siteleri faydalı sitelerdir.	,680
Sosyal medya kullanımı akademik başarıyı yükseltiyor.	,609
Sosyal medya siteleri kişilerin kültürlerinin artmasını sağlar.	,576
Sosyal medya da öğretmenlerimin yazdıklarımı takip etmesi hoşuma gider.	,900
Sosyal medya sitelerinde öğretmenlerimi takip etmeyi seviyorum.	,804
Öğretmenlerimin sosyal medya sitelerinde beni takip etmesi kendimi değerli hissetmemi sağlar.	,738
Sosyal medya bilginin paylaşılmasını sağlar.	,777
Sosyal medya yeni bilgiler edinmemi sağlar.	,740
Sosyal medya siteleri sayesinde düzenlenen etkinliklerden haberim olması hoşuma gider.	,603
Gerçek hayattan çok daha ilginç insanlar bulabilirim	,823
Tanımadığım insanlarla bile iletişim kurmamı sağlıyor	,644
Sosyal medya sayesinde yeni arkadaşlıklar edinebilirim	,616
Popüler videoları ve fotoğrafları takip edebiliyorum	,675
Sosyal medya çok canlı ve renkli	,531
Arkadaşlarımla iletişimde kalmamı sağlıyor	,734
Unuttuğum ya da ulaşılması güç birine ulaşmamı sağlıyor	,637

Tablo 10’da sosyal ağ kullanım amacını belirlemeye yönelik faktörlerin Cronbach α katsayı sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 10

Sosyal Ağ Kullanım Amacını Belirlemeye Yönelik Faktörlerin Cronbach α Katsayı Sonuçları

	Cronbach α katsayısı	Soru sayısı
Kendini ifade etme	0,899	11
Hoş vakit geçirme	0,889	10
Eğitim ve akademik başarı	0,801	5
Öğretmenler ile iletişim halinde olmak için	0,817	3
Bilgi paylaşımı	0,782	3
Çevre edinebilme	0,732	3
Yeni fotoğraf ve videolara erişebilme	0,512	2
Arkadaş çevresi ile iletişimde kalma	0,573	2

Sosyal medya kullanım amacına yönelik belirlenen faktörlerin içsel güvenilirliğinin sınanması amacıyla elde edilen Cronbach α katsayısı Tablo 10’da verilmiştir. Buna göre, “kendini ifade etme”, “hoş vakit geçirme”, “eğitim ve akademik başarı”, “öğretmenler ile iletişim halinde olmak”, “bilgi paylaşımı” ve “çevre edinebilme” faktörlerinin güvenilirliğinin iyi derecede olmasına karşılık; “yeni fotoğraf ve videolara erişebilme” ve “arkadaş çevresi ile iletişimde kalma” faktörlerinin ise düşük güvenilirliğe sahip olmakla birlikte bu güvenilirlik düzeyinin kabul edilemeyecek seviyede olmadığı kanısına ulaşılmıştır. Ayrıca, faktörlerin 0,40 ile 0,60 arasında α katsayılarına sahip olması düşük güvenilirliği temsil ettiği ancak, bu durumun güvenilemez faktörler olmadığı belirtilmiştir (Turan, 2007).

Bu tutum ölçeği sonucunda Öğretmenlik Mesleğine Yönelik çıkarılan tutum ifadelerine Tablo 11’de yer verilmiştir.

Tablo 11

Öğretmenlik Mesleğine Yönelik Tutum Ölçeğinden Çıkarılan İfadeler

Öğretmen olma düşüncesi bile bana cazip geliyor.
Tekrar bir meslek tercihi bulunmam söz konusu olsa yine öğretmenliği seçerdim.
İnsanlara bilmedikleri bir şeyleri öğretecek olma düşüncesi beni mutlu ediyor.
Öğretmenlik yapan insanlara sempati duyarım.
Bir meslek tercih etme durumunda olanlara öğretmenliği tavsiye etmem.
Öğretmenliğin çalışma koşulları bana çekici geliyor.
Öğretmenlik meslek bilgisi derslerinde başarılı olmayı önemserim.
Öğretmenlik yapan kişilerle sohbet etmekten hoşlanırım.
Öğretmenlik mesleğinin bana sıkıntılar yaşatmasından endişe duyuyorum.

Öğretmenlik mesleğine yönelik tutum ölçeğine uygulanan faktör analizi sonucunda iki ayrı faktörde toplandığı görülmüştür. Faktör sayıları ve faktörleri oluşturan ifadeler belirlendikten sonra son aşama faktörlerin isimlendirilmesi aşamasıdır.

Bu isimlendirmede ilk faktörde öğretmenlik mesleğine yönelik olumlu ifadeler yer almıştır. Buna yönelik bulgulara Tablo 12’de yer verilmiştir.

Tablo 12

Öğretmenlik Mesleği Tutum Ölçeğine Yönelik Faktör Yükleri

	Bileşenler	
	Öğretmenlik mesleğine yönelik olumlu tutum	Öğretmenlik mesleğine yönelik olumsuz tutum
Öğretmenliği profesyonel bir biçimde yürütebileceğime inanıyorum.	,759	
Öğretmenlik mesleğinin gereklilikleri konusunda kendime güveniyorum.	,755	
Bilgili ve yeterli bir öğretmen olacağımı düşünüyorum.	,742	
Öğretmenlik mesleğinde karşılaşacağım zorlukları aşabileceğime inanıyorum.	,734	
Öğretmen olduğumda yapabileceğim çok şey olduğunu düşünüyorum.	,712	
Öğretmenlik mesleğinin devamlılığı bana güven veriyor.	,689	
Öğretmenliğe ilişkin özel bir yeteneğim olduğu kanısındayım.	,682	
Öğretmenliğin toplumda bana saygınlık kazandıracığına inanıyorum.	,674	
Öğretmen olduğumda çevre tarafından bana yeterli değerin verileceğine inanıyorum.	,667	
Öğretmenlikte başarılı olacağıma inanıyorum.	,665	

Tablo 12 (Devam)

Öğretmenlik Mesleği Tutum Ölçeğine Yönelik Faktör Yükleri

Öğretmenliğin bir şeyler üretip yaratmam için bana fırsatlar vereceğini düşünüyorum.	,664
Öğretmenlik yaparak vereceğim eğitim aracılığıyla insanların yaşamına yön vermeyi gurur verici buluyorum.	,663
Eğitim, öğrenme, öğretme ve öğretmenlik konularında tartışır, konuşurum.	,645
Öğretmen olmayı kendime yakıştırıyorum.	,628
Zor şartlar altında dahi öğretmenlik yapmak isterim.	,616
Öğretmenlik mesleğiyle ilgili olan bu bölümü seçmiş olmaktan hoşnutum.	,568
Halen okumakta olduğum öğretmenlik programını isteyerek seçtim.	,515
Öğretmenliğin yaşam tarzıma uygun olmadığını düşünüyorum.	,840
Öğretmenliğin bana uygun bir meslek olmadığını düşünüyorum.	,794
Öğretmenliğin kişiliğime uygun olmadığını düşünüyorum.	,790
Öğretmenlik mesleğini seçtiğime pişman oluyorum.	,783
Öğretmenlik mesleği bana sıkıcı geliyor.	,750
Öğretmenliğin bana göre bir meslek olmadığını düşünüyorum.	,717
Öğretmen olacağımı düşünmek beni korkutuyor.	,640
Eğitim, öğrenme, öğretme, öğretmenlik konularında konuşmaktan hoşlanmam.	,593

Tablo 12'deki bu ifadeler öğretmen adaylarının öğretmenlik mesleği için yeterli alt yapıya sahip olduklarını öğretmenlik mesleğinin gereğine uygun olarak profesyonel biçimde gerçekleştirebileceklerine yönelik ifadelerdir. İkinci faktörde ise, öğretmenlik mesleğine yönelik olumsuz ifadelerin yer aldığı görülmüştür. Bu ifadeler, öğretmen adaylarının öğretmenlik mesleği için uygun olmadığını, bir meslek olarak tercih etmediklerini, karakter yapısının öğretmenlik mesleğine uygun olmayacağını belirten ifadelerdir. Her iki boyutta da yer alan ifadelerin hepsinin faktör yüklerinin 0,50'den yukarı olması ifadelerin uygulanabilir olduğunu göstermiştir.

Öğretmenlik mesleği tutum ölçeğinde yer alan iki boyutun içsel güvenilirliğinin sınanması amacıyla elde edilen Cronbach α katsayısı Tablo 13'te verilmiştir.

Tablo 13

Öğretmenlik Mesleğine Yönelik Tutum Alt Boyutlarının Cronbach α Katsayıları

	Cronbach α katsayısı	Soru sayısı
Öğretmenlik mesleğine yönelik olumlu tutum	0,946	17
Öğretmenlik mesleğine yönelik olumsuz tutum	0,919	8

Her iki faktöründe α değerlerinin 0,9'dan fazla olması çok iyi derecede güvenilir olduklarını göstermiştir. Hem sosyal ağ kullanım amacına yönelik alt faktörlerin belirlenmesi aşamasından sonra hem de öğretmenlik mesleğine yönelik tutum ölçeğinin alt faktörlerinin belirlenmesi aşamasından sonra içsel güvenilirliğin sınanması amacıyla güvenilirlik analizi yapılmıştır. Elde edilen bulgulara göre alt boyutların (faktörlerin) uygulanamayacak güvenilirlikte olmadıkları tespit edilmiştir. Çalışmanın ilerleyen aşamasında hem sosyal ağların kullanım amaçlarını belirlemeye yönelik hem de öğretmenlik tutumunu belirlemeye yönelik bütün soruların güvenilirlik analizleri uygulanarak genel güvenilirlik düzeyi incelenmiştir.

Sosyal ağların kullanım amaçlarını belirlemek ve öğretmenlik tutumunu belirlemek için öğretmen adaylarına yöneltilen 87 ifadenin Cronbach α katsayısı Tablo 14'te verilmiştir.

Tablo 14

Cronbach α Katsayı Sonuçları (Genel)

Cronbach α katsayı	İfade sayısı
,900	87

Tablo 14'te yer alan Cronbach α katsayısına göre çalışmanın genel güvenilirliğinin çok iyi derecede olduğu belirlenmiştir.

Faktör analizinin de tamamlanmasının ardından çalışmanın ilerleyen aşamalarında öğretmen adaylarının sosyal kullanım amaçlarının alt boyutlarından aldıkları puanlarla ve öğretmenlik mesleğine yönelik tutumlarının alt boyutlarından aldıkları puanlar ile demografik özellikleri ve sosyal ağ kullanma durumları arasında farklılıkların bulunup bulunmadığı araştırılmıştır.

Tek Yönlü ANOVA testi ve Bağımsız Örneklem T Testine İlişkin Bulgular

Bu başlık altında elde edilen faktörlerin öğretmen adaylarının demografik özelliklerine göre ve internette veya sosyal ağ sitelerinde geçirdikleri süreye bağlı olarak farklılık gösterip göstermediği ANOVA ve bağımsız örneklem t testi ile sınanmıştır. Ancak, ANOVA ve bağımsız örneklem t testi sonuçlarının güvenilirliğinin olması için öncelikle normallik varsayımının sağlanabilmesi gerekir. Veriler, çarpık ve/veya basık olabilir. Bu durumlarda normal dağılım göstermeyen veriler güvenilirliğini kaybetmiştir. Dolayısıyla, örneklemin ana kütleyi temsil edebilme derecesi düşmektedir. Normallik varsayımının sınanması amacıyla Kolmogrov ve Smirnov test sonuçlarının olasılık değeri 0,05'ten küçük olmalıdır. Ancak, bu şartı sağlamak özellikle sosyal bilimlerde oldukça güçtür. Bu durumda Skewness (Çarpıklık) ve Kurtosis (basıklık) istatistik değerlerinin +2 ve -2 arasında yer alması verilerin normal dağılım sağladığını göstermektedir (George, D., & Mallery, M, 2010).

Tablo 15'te yaş grubu değişkeni için ANOVA testi sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 15

Yaş Grubu Değişkeni İçin ANOVA Testi Sonuçları

Faktör	Yaş Grubu	Ortalama (\bar{x})	Levene İstatistiği (P)	ANOVA Olasılık Değeri
Kendini ifade etme	18-25 yaş	2.5007	0,172	0,651
	26-30 yaş	2.2318		
	31-40 yaş	2.6363		
Hoş vakit geçirme	18-25 yaş	3.8834	0,552	0,776
	26-30 yaş	3.7218		
	31-40 yaş	3.8		
Eğitim ve akademik başarı	18-25 yaş	3.1919	0,311	0,252
	26-30 yaş	3		
	31-40 yaş	4.4		
Öğretmenler ile iletişim halinde olmak için	18-25 yaş	3.0349	0,656	0,762
	26-30 yaş	3.2083		
	31-40 yaş	3.6666		
Bilgi paylaşımı	18-25 yaş	3.9050	0,662	0,499
	26-30 yaş	3.6875		
	31-40 yaş	4.6666		
Çevre edinebilme	18-25 yaş	3.2655	0,757	0,922
	26-30 yaş	3.2499		
	31-40 yaş	3.6666		
Yeni fotoğraf ve videolara erişebilme	18-25 yaş	3.7571	0,764	0,162
	26-30 yaş	3.1875		
	31-40 yaş	4		

Tablo 15 (Devam)

Yaş Grubu Değişkeni İçin ANOVA Testi Sonuçları

Arkadaş çevresi ile iletişimde kalma	18-25 yaş	3.8696	0,164	0,402
	26-30 yaş	3.4375		
	31-40 yaş	4		
Öğretmenlik mesleğine yönelik olumlu tutum	18-25 yaş	4.1400	0,612	0,633
	26-30 yaş	4.3800		
	31-40 yaş	4.1176		
Öğretmenlik mesleğine yönelik olumsuz tutum	18-25 yaş	1.7574	0,111	0,737
	26-30 yaş	1.5245		
	31-40 yaş	1.875		

Tablo 15'te sosyal kullanım amaçlarına yönelik ve öğretmenlik mesleği tutumuna yönelik faktörlerin yaş gruplarına göre farklılığın bulunup bulunmadığı tespit etmek için uygulanan ANOVA testi sonuçları verilmiştir. Levene istatistiğinin olasılık (P) değerinin her bir faktör için 0,05'ten büyük olması varyansların homojen dağılım varsayımının sağlandığını göstermiştir. Her bir yaş grubunun ise, söz konusu faktörlerden aldıkları puanların ortalama değerleri yer almıştır. Ortalama değerleri her bir yaş grubunun faktörlere göre farklılık gösterip göstermediği hakkında bilgi vermekle birlikte ANOVA testi olasılık değeri ise, bu farklılığın istatistiki açıdan anlamlı olup olmadığını göstermiştir. Ancak, bütün faktörlerin ANOVA olasılık değerinin 0,05'ten büyük olması faktörlerin yaş gruplarına göre anlamlı bir şekilde farklılaşmadığını kanıtlamıştır.

Tablo 16'da cinsiyet değişkeni için bağımsız örneklem T Testi sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 16

Cinsiyet Değişkeni İçin Bağımsız Örneklem T Testi Sonuçları

Faktör	Cinsiyet	Ortalama (\bar{x})	Levene İstatistiği (P)	ANOVA Olasılık Değeri
Kendini ifade etme	Kadın	2.4123	0.015	0,018
	Erkek	2.6324		
Hoş vakit geçirme	Kadın	3.9269	0.001	0.089
	Erkek	3.8023		
Eğitim ve akademik başarı	Kadın	3.2121	0.001	0,513
	Erkek	3.1525		
Öğretmenler ile iletişim halinde olmak için	Kadın	3.1021	0.804	0,167
	Erkek	2.9424		
Bilgi paylaşımı	Kadın	3.9289	0.008	0,441
	Erkek	3.8578		
Çevre edinebilme	Kadın	3.1268	0.202	0,000
	Erkek	3.5097		
Yeni fotoğraf ve videolara erişebilme	Kadın	3.7697	0.286	0,424
	Erkek	3.6970		
Arkadaş çevresi ile iletişimde kalma	Kadın	3.9126	0.250	0,131
	Erkek	3.7664		
Öğretmenlik mesleğine yönelik olumlu tutum	Kadın	4.2135	0.182	0,013
	Erkek	4.0260		
Öğretmenlik mesleğine yönelik olumsuz tutum	Kadın	1.5883	0,000	0,000
	Erkek	2.0320		

Tablo 16’da her bir faktörün cinsiyet değişkenine göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla uygulanan bağımsız örneklem t testi sonuçları verilmiştir. Aynı tabloda varyansların eşit dağılım gösterip göstermediğini sınamak amacıyla elde edilen levne testine de yer verilmiştir. Bu testin olasılık değerinin 0,05’ten küçük olması varyansların eşit dağılım göstermediğini kanıtlamıştır. Ancak, varyanslar homojen dağılım göstermese de ANOVA ve bağımsız örneklem t testi uygulanabilmiştir. Her iki testte de varyansların eşit dağılım göstermesi ve göstermemesi durumlarına göre iki ayrı olasılık değeri hesaplanmıştır. ANOVA testi olasılık değerinin 0,05’ten küçük olması söz konusu faktörün öğretmen adaylarının cinsiyetlerine göre anlamlı bir şekilde farklılık gösterdiğini kanıtlamıştır. Buna göre, sosyal ağ kullanımının kendini ifade etme boyutu kadın ve erkeklere göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir (0,05>0,018). Sosyal ağ kullanımının çevre edinebilme boyutu da öğretmen adaylarının cinsiyetlerine göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir (0,05>0,000). Öğretmenlik mesleğine olumlu ve olumsuz tutum davranışı da öğretmen adaylarının cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık göstermiştir.

Tablo 17 'de sınıf değişkeni için ANOVA test sonuçları verilmiştir.

Tablo 17

Sınıf Değişkeni İçin ANOVA Test Sonuçları

Faktör	Sınıf	Ortalama (\bar{x})	Levene İstatistiği (P)	ANOVA Olasılık Değeri	Anlamlı Farklılık
Kendini ifade etme	1. sınıf	2,2693	0,946	0,020	1. sınıf ile 4. sınıf arasında
	2. sınıf	2,4770			
	3. sınıf	2,5727			
	4. sınıf	2,6405			
Hoş vakit geçirme	1. sınıf	3,8040	0,260	0,049	1. sınıf ile 4. sınıf arasında
	2. sınıf	3,8635			
	3. sınıf	4,0257			
	4. sınıf	3,8054			
Eğitim ve akademik başarı	1. sınıf	2,9253	0,160	0,003	1. sınıf ile 3. sınıf arasında
	2. sınıf	3,2053			
	3. sınıf	3,3333			
	4. sınıf	3,2713			
Öğretmenler ile iletişim halinde olmak için	1. sınıf	2,9217	0,477	0,142	
	2. sınıf	2,9684			
	3. sınıf	3,0270			
	4. sınıf	3,2764			
Bilgi paylaşımı	1. sınıf	3,8213	0,128	0,219	
	2. sınıf	3,8140			
	3. sınıf	4,0238			
	4. sınıf	3,9472			
Çevre edinebilme	1. sınıf	3,0020	0,552	0,006	1. sınıf ile 4. sınıf arasında
	2. sınıf	3,2877			
	3. sınıf	3,2626			
	4. sınıf	3,5447			
Yeni fotoğraf ve videolara erişebilme	1. sınıf	3,6024	0,006	0,034	1. sınıf ile 3. Sınıf
	2. sınıf	3,6474			
	3. sınıf	3,9238			
	4. sınıf	3,7901			
Arkadaş çevresi ile iletişimde kalma	1. sınıf	3,7530	0,105	0,142	
	2. sınıf	3,9158			
	3. sınıf	3,9905			
	4. sınıf	3,7317			
Öğretmenlik mesleğine yönelik olumlu tutum	1. sınıf	4,1737	0,799	0,573	
	2. sınıf	4,1136			
	3. sınıf	4,2153			
	4. sınıf	4,0841			
Öğretmenlik mesleğine yönelik olumsuz tutum	1. sınıf	1,6430	0,713	0,205	
	2. sınıf	1,7946			
	3. sınıf	1,6796			
	4. sınıf	1,8904			

Tablo 17’de faktörlerin öğretmen adaylarının buldukları sınıf değişkenine göre anlamlı farklılığın bulunup bulunmadığı belirlemek için uygulanan tek yönlü ANOVA testi sonuçları yer verilmiştir. Tablo 17’de bulunan ortalama değerler söz konusu faktör için sınıflara göre alınan puanların ortalamasını göstermiştir. Levene istatistiği p değerinin 0,05’ten büyük olması; varyansların homojen dağılım gösterdiğini, 0,05’ten küçük olması ise; varyansların homojen dağılım göstermediğini kanıtlamıştır. ANOVA olasılık değerinin 0,05’ten küçük olması ise, söz konusu faktörün sınıf değişkenine göre anlamlı bir şekilde farklılaştığını kanıtlamıştır.

Hangi gruplar arasında anlamlı farklılığın bulunduğunu tespit etmek için ise varyanslar homojen dağılım gösteriyorsa; LSD, Scheffe, Tukey ve Duncan post hoc testlerine; varyanslar homojen dağılım sağlamıyorsa Tamhane ve Games-Howell post hoc testlerine başvurulmuştur. Buna göre, kendini ifade etme faktörü 1. ve 4. sınıf arasında anlamlı bir farklılık göstermiştir ($0,05 > 0,020$). Hoş vakit geçirme faktörü 1. ve 4. sınıfta okuyan öğretmen adayları arasında anlamlı bir farklılık göstermiştir ($0,05 > 0,049$).

Eğitim ve akademik başarı faktörü 1. ve 3. sınıfta okuyan öğretmen adayları arasında farklılaşmaktadır ($0,05 > 0,003$). Çevre edinebilme faktörü 1. sınıfta ve 4. sınıfta okuyan öğretmen adayları arasında anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır ($0,05 > 0,006$). Yeni fotoğraf ve videolara erişebilme faktörü ise 1. sınıf ve 3. sınıfta okuyan öğretmen adayları arasında farklılaşmaktadır ($0,05 > 0,034$). Sınıf değişkeni sosyal kullanım amaçları içerisinde yer alan kendini ifade etme, hoş vakit geçirme, eğitim ve akademik başarı, çevre edinebilme ve yeni fotoğraf ve videolara erişebilme faktörlerine göre farklılık göstermesine karşılık; öğretmenlik mesleğine yönelik tutum davranışlarına göre anlamlı bir şekilde farklılaşmamaktadır.

Tablo 18’de Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarının internet kullanım süresine ilişkin ANOVA Testi Sonuçları verilmiştir.

Tablo 18

İnternet Kullanma Süresi İçin ANOVA Testi Sonuçları

Faktör	Ne kadar süredir internet kullanıyorsunuz?	Ortalama (\bar{x})	Levene İstatistiği (P)	ANOVA Olasılık Değeri
Kendini ifade etme	1 yıldan az	2,5455	0,679	0,995
	1-2 yıl	2,4805		
	3 yıldan fazla	2,4981		
Hoş vakit geçirme	1 yıldan az	2,7778	0,873	0,193
	1-2 yıl	3,7921		
	3 yıldan fazla	3,8911		
Eğitim ve akademik başarı	1 yıldan az	2,4000	0,024	0,448
	1-2 yıl	3,0286		
	3 yıldan fazla	3,1976		
Öğretmenler ile iletişim halinde olmak için	1 yıldan az	4,6667	0,379	0,233
	1-2 yıl	3,2619		
	3 yıldan fazla	3,0364		
Bilgi paylaşımı	1 yıldan az	4,0000	0,005	0,904
	1-2 yıl	3,8095		
	3 yıldan fazla	3,9076		
Çevre edinebilme	1 yıldan az	2,3333	0,791	0,546
	1-2 yıl	3,1190		
	3 yıldan fazla	3,2779		
Yeni fotoğraf ve videolara erişebilme	1 yıldan az	3,0000	0,122	0,098
	1-2 yıl	4,1786		
	3 yıldan fazla	3,7363		
Arkadaş çevresi ile iletişimde kalma	1 yıldan az	5,0000	0,232	0,289
	1-2 yıl	4,0714		
	3 yıldan fazla	3,8520		
Öğretmenlik mesleğine yönelik olumlu tutum	1 yıldan az	3,1176	0,837	0,286
	1-2 yıl	4,2542		
	3 yıldan fazla	4,1486		
Öğretmenlik mesleğine yönelik olumsuz tutum	1 yıldan az	2,7500	0,098	0,490
	1-2 yıl	1,7143		
	3 yıldan fazla	1,7501		

Tablo 18’de öğretmen adaylarının “Ne kadar süredir internet kullanıyorsunuz?” sorusuna öğretmen adaylarının verdikleri cevapların çalışmada kullanılan faktörlere göre anlamlı bir şekilde farklılık gösterip göstermediğinin tespiti için uygulanan ANOVA testi sonuçları verilmiştir.

ANOVA olasılık değerinin bütün faktörler için 0,05’ten büyük olması faktörlerin internet kullanma sürelerine göre anlamlı bir şekilde farklılık göstermediğini kanıtlamıştır.

Tablo 19’da Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarının internet kullanım sıklığına ilişkin ANOVA testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 19

Sosyal Ağları Kullanma Sıklığı İçin ANOVA Testi Sonuçları

Faktör	Sosyal ağları hangi sıklıkta kullanıyorsunuz?	Ortalama (\bar{x})	Levene İstatistiği (P)	ANOVA Olasılık Değeri	Anlamlı Farklılık
Kendini ifade etme	Haftada 1-2 gün	1,8727	0,928	0,291	
	Haftada 3-4 gün	2,3258			
	Haftada 5-6 gün	2,6038			
	Hergün	2,5032			
Hoş vakit geçirme	Haftada 1-2 gün	2,5000	0,370	0,000	Haftada 1-2 gün ile haftada 3-4 gün, haftada 5-6 gün ve her gün
	Haftada 3-4 gün	3,6537			
	Haftada 5-6 gün	3,7513			
	Hergün	3,9325			
Eğitim ve akademik başarı	Haftada 1-2 gün	2,2400	0,610	0,054	Haftada 1-2 gün ile her gün arasında
	Haftada 3-4 gün	3,2708			
	Haftada 5-6 gün	3,1214			
	Hergün	3,2054			
Öğretmenler ile iletişim halinde olmak için	Haftada 1-2 gün	3,3333	0,772	0,594	
	Haftada 3-4 gün	3,3333			
	Haftada 5-6 gün	3,2063			
	Hergün	3,0195			
Bilgi paylaşımı	Haftada 1-2 gün	3,3333	0,921	0,468	
	Haftada 3-4 gün	3,9167			
	Haftada 5-6 gün	3,9603			
	Hergün	3,9113			
Çevre edinebilme	Haftada 1-2 gün	2,7333	0,078	0,330	
	Haftada 3-4 gün	3,2778			
	Haftada 5-6 gün	3,0000			
	Hergün	3,3067			
Yeni fotoğraf ve videolara erişebilme	Haftada 1-2 gün	3,4000	0,066	0,102	
	Haftada 3-4 gün	3,2500			
	Haftada 5-6 gün	3,5952			
	Hergün	3,7785			
Arkadaş çevresi ile iletişimde kalma	Haftada 1-2 gün	3,2000	0,240	0,244	
	Haftada 3-4 gün	3,5833			
	Haftada 5-6 gün	3,9286			
	Hergün	3,8804			
Öğretmenlik mesleğine yönelik olumlu tutum	Haftada 1-2 gün	4,1294	0,046	0,838	
	Haftada 3-4 gün	4,3257			
	Haftada 5-6 gün	4,1653			
	Hergün	4,1385			
Öğretmenlik mesleğine yönelik olumsuz tutum	Haftada 1-2 gün	2,3500	0,007	0,079	
	Haftada 3-4 gün	1,3333			
	Haftada 5-6 gün	1,5536			
	Hergün	1,7637			

Tablo 19’da görüldüğü üzere, haftada 1-2 gün sosyal ağları kullanan öğretmen adayları ile haftada 3-4 gün, haftada 5-6 gün ve her gün sosyal ağları kullanan öğretmen adayları arasında hoş vakit geçirme faktörü anlamlı bir şekilde farklılık göstermiştir ($0,05 > 0,000$). Eğitim faktörünün anova olasılık değerinin $0,05$ ’ten az bir farkla büyük olması ($0,05 > 0,054$) sonucunda farklılığın bulunduğunu kabul edecek olursak; haftada 1-2 gün sosyal ağları kullanan öğretmen adayları ile her gün sosyal ağları kullanan öğretmen adayları arasında sosyal ağ kullanma amaçlarının alt faktörü olan eğitim ve akademik başarı faktörü farklılık göstermiştir.

Tablo 20’de Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarının internet kullanım süresine ilişkin ANOVA testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 20

Sosyal Ağları Kullanma Süresi İçin ANOVA Testi Sonuçları

Faktör	Günde ortalama kaç saatinizi internet kullanımına ayırıyorsunuz?	Ortalama (\bar{x})	Levene İstatistiği (P)	ANOVA Olasılık Değeri	Anlamlı Farklılık
Kendini ifade etme	1 saatten az	2,0210	0,663	0,019	1 saatten az ile 2-5 saat arasında
	1-2 saat	2,3354			
	2-5 saat	2,5928			
	5 saatten fazla	2,4953			
Hoş vakit geçirme	1 saatten az	3,3177	0,177	0,000	1 saatten az ile 2-5 saat ve 5 saatten fazla arasında
	1-2 saat	3,7080			
	2-5 saat	3,9250			
	5 saatten fazla	4,0425			
Eğitim ve akademik başarı	1 saatten az	2,8923	0,455	0,106	
	1-2 saat	3,1432			
	2-5 saat	3,1553			
	5 saatten fazla	3,3489			
Öğretmenler ile iletişim halinde olmak için	1 saatten az	2,6667	0,997	0,598	
	1-2 saat	3,0041			
	2-5 saat	3,0674			
	5 saatten fazla	3,0761			
Bilgi paylaşımı	1 saatten az	3,6282	0,303	0,419	
	1-2 saat	3,8498			
	2-5 saat	3,9120			
	5 saatten fazla	3,9891			
Çevre edinebilme	1 saatten az	2,7179	0,766	0,000	5 saatten fazla ile 1 saatten az, 1-2 saat ve 2-5 saat arasında
	1-2 saat	3,0813			
	2-5 saat	3,2285			
	5 saatten fazla	3,6087			

Tablo 20 (Devam)

Sosyal Ağları Kullanma Süresi İçin ANOVA Testi Sonuçları

Yeni fotoğraf ve videolara erişebilme	1 saatten az	3,5385	0,868	0,034	5 saatten fazla ile 1-2 saat arasında
	1-2 saat	3,5617			
	2-5 saat	3,7542			
	5 saatten fazla	3,9185			
Arkadaş çevresi ile iletişimde kalma	1 saatten az	3,6154	0,542	0,313	
	1-2 saat	3,7469			
	2-5 saat	3,8792			
	5 saatten fazla	3,9620			
Öğretmenlik mesleğine yönelik olumlu tutum	1 saatten az	3,7904	0,046	0,204	
	1-2 saat	4,1851			
	2-5 saat	4,1797			
	5 saatten fazla	4,0906			
Öğretmenlik mesleğine yönelik olumsuz tutum	1 saatten az	1,9093	0,284	0,079	
	1-2 saat	1,6739			
	2-5 saat	1,6744			
	5 saatten fazla	1,9302			

Tablo 20'den elde edilen bulgulara göre; internet ve sosyal medya kullanımının kendini ifade etme boyutunun 1 saatten az sürede internet kullananlar ile 2-5 arasında internet kullananlar arasında anlamlı bir şekilde farklılık gösterdiği görülmüştür. ($0,019 < 0,005$). Yine, hoş vakit geçirme faktörü 1 saatten az internet kullanan bireyler ile 2-5 saat arasında internet kullananlar ve 5 saatten fazla internet kullanan arasında istatistiki açıdan anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür ($0,000 < 0,05$). İnternet ve sosyal medya kullanımının çevre edinebilme faktörü 5 saatten fazla internet kullananlar ile diğer gruplar arasında istatistiki açıdan anlamlı bir farklılık göstermiştir ($0,000 < 0,05$). Yeni fotoğraf ve videolara erişebilme faktörü ise, 5 saatten fazla internet kullanan bireyler ile 1-2 saat internet kullanan bireyler arasında istatistiki açıdan anlamlı bir farklılık göstermiştir ($0,034 < 0,05$). Eğitim ve akademik başarı, öğretmenler ile iletişim halinde olma, bilgi paylaşımı, arkadaş çevresi edinebilme ve öğretmenlik mesleğine yönelik olumlu ve olumsuz tutum faktörleri bireylerin gün içinde ortalama internet kullanma sürelerine göre istatistiki açıdan anlamlı bir farklılık göstermemiştir.

Tablo 21'de sosyal ağlarda sahip olunan arkadaş sayısı değişkeni için ANOVA testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 21

Sosyal Ağlarda Sahip Olunan Arkadaş Sayısı Değişkeni İçin ANOVA Testi Sonuçları

Faktör	Facebook, Instagram gibi sosyal paylaşım sitelerinde kaç arkadaşınız var?	Ortalama (\bar{x})	Levene İstatistiği (P)	ANOVA Olasılık Değeri	Anlamlı Farklılık
Kendini ifade etme	0-50 kişi	1,8896	0,953	0,000	0-50 kişi ile 201-500 kişi ve 501 ve daha fazlası arasında
	51-100 kişi	2,3049			
	101-200 kişi	2,3224			
	201-500 kişi	2,6007			
	501 ve daha fazlası	2,7785			
Hoş vakit geçirme	0-50 kişi	3,3487	0,007	0,000	0-50 kişi ile 101-200 kişi, 201-500 kişi ve 501 ve daha fazlası arasında
	51-100 kişi	3,5413			
	101-200 kişi	3,7886			
	201-500 kişi	4,0007			
	501 ve daha fazlası	4,0533			
Eğitim ve akademik başarı	0-50 kişi	2,7881	0,001	0,012	0-50 kişi ile 201-500 kişi arasında
	51-100 kişi	2,9357			
	101-200 kişi	3,1160			
	201-500 kişi	3,2991			
	501 ve daha fazlası	3,3008			
Öğretmenler ile iletişim halinde olmak için	0-50 kişi	2,7778	0,141	0,696	
	51-100 kişi	3,1032			
	101-200 kişi	3,1564			
	201-500 kişi	3,0458			
	501 ve daha fazlası	3,0452			
Bilgi paylaşımı	0-50 kişi	3,4286	0,313	0,046	0-50 kişi ile 201-500 kişi ve 501 ve daha fazlası arasında
	51-100 kişi	3,7460			
	101-200 kişi	3,8642			
	201-500 kişi	3,9600			
	501 ve daha fazlası	4,0169			
Çevre edinebilme	0-50 kişi	2,6508	0,371	0,000	0-50 kişi ile 201-500 kişi ve 501 ve daha fazlası arasında
	51-100 kişi	3,1667			
	101-200 kişi	2,8560			
	201-500 kişi	3,4380			
	501 ve daha fazlası	3,7062			
Yeni fotoğraf ve videolara erişebilme	0-50 kişi	3,3571	0,012	0,000	101-200 kişi ile 201-500 kişi arasında
	51-100 kişi	3,2619			
	101-200 kişi	3,5432			
	201-500 kişi	3,9064			
	501 ve daha fazlası	3,9322			
Arkadaş çevresi ile iletişimde kalma	0-50 kişi	3,3333	0,001	0,002	0-50 kişi ile 501 ve daha fazlası arasında
	51-100 kişi	3,6190			
	101-200 kişi	3,7160			
	201-500 kişi	4,0087			
	501 ve daha fazlası	4,0000			
Öğretmenlik mesleğine yönelik olumlu tutum	0-50 kişi	3,8067	0,081	0,123	
	51-100 kişi	4,0357			
	101-200 kişi	4,1246			
	201-500 kişi	4,2098			
	501 ve daha fazlası	4,0984			
Öğretmenlik mesleğine yönelik olumsuz tutum	0-50 kişi	2,1905	0,058	0,012	0-50 kişi ile 101-200 kişi ve 201-500 kişi arasında
	51-100 kişi	1,7063			
	101-200 kişi	1,7463			
	201-500 kişi	1,6492			
	501 ve daha fazlası	1,9850			

Tablo 21’de öğretmen adaylarının “Facebook, Instagram gibi sosyal paylaşım sitelerinde kaç arkadaşınız var?” sorusuna verdikleri cevap ile faktörler arasında anlamlı farklılığın tespiti için uygulanan ANOVA testi sonuçlarına verilmiştir. Bu test sonuçlarına göre; 0-50 kişi arasında arkadaşına sahip olan öğretmen adayları ile 201-500 kişi ve 501 ve daha fazla kişi arkadaşına sahip olan öğretmen adayları arasında kendini ifade etme faktörü farklılık tespit edilmiştir ($0,05 > 0,000$). Hoş vakit geçirme faktörü 0-50 kişi arkadaşına sahip olan öğretmen adayları ile 101-200 kişi, 201-500 kişi ve 501 ve daha fazla kişi arkadaşına sahip olan öğretmen adayları arasında farklılık tespit edilmiştir ($0,05 > 0,000$). Eğitim ve akademik başarı faktörü, 0-50 kişi arkadaşına sahip olduğunu belirten öğretmen adayları ile 201-500 kişi arasında arkadaşına sahip olduğunu belirten öğretmen adayları arasında farklılık tespit edilmiştir ($0,05 > 0,012$). Bilgi paylaşımı ve çevre edinebilme faktörleri, 0-50 kişi arkadaşına sahip olduğunu belirten öğretmen adayları ile 201-500 kişi arasında ve 501 ve daha fazla arkadaşına sahip olduğunu belirtenler arasında farklılık tespit edilmiştir ($0,05 > 0,046$). Yeni fotoğraf ve videolara erişebilme faktörü, 101-200 kişi arkadaşına sahip olduğunu belirten öğretmen adayları ile 201-500 kişi arasında arkadaşına sahip olduğunu belirten öğretmen adayları arasında farklılık göstermektedir ($0,05 > 0,000$). Arkadaş çevresi ile iletişimde kalma faktörü 0-50 kişi arkadaşına sahip olduğunu belirten öğretmen adayları ile 501 ve daha fazla arkadaşına sahip olduğunu belirten öğretmen adayları arasında farklılık tespit edilmiştir ($0,05 > 0,002$). Öğretmenlik mesleğine yönelik olumsuz tutum faktörü, 0-50 kişi arkadaşına sahip olduğunu belirten öğretmen adayları ile 101-200 kişi ve 201-500 kişi arkadaşına sahip olduğunu belirten öğretmen adayları arasında istatistiki açıdan anlamlı bir şekilde farklılık tespit edilmiştir ($0,05 > 0,012$).

Demografik özelliklere ve sosyal medya ve internet kullanımına dayalı değişkenlerin faktörlere göre, farklılığın bulunup bulunmadığını belirlemek amacıyla uygulanan ANOVA ve t testi sonuçlarına kısaca değinilecek olursa; öğretmen adaylarının yaşları hiçbir faktör için bir farklılık yaratmamıştır. Ancak, öğretmen adaylarının sosyal medya kullanımının çevre edinebilme faktörü ve öğretmenlik mesleğinin olumlu ve olumsuz tutum davranışı cinsiyete göre farklılık göstermiştir. Öğretmen adaylarının sosyal medya kullanımının kendini ifade etme, hoş vakit geçirme, eğitim ve akademik başarı sağlama, çevre

edinebilme, yeni fotoğraf ve videolara erişebilme faktörleri eğitim gördüğü sınıfa göre farklılık göstermiştir. Buna karşılık, sınıf değişkeninin öğretmenlik tutum faktörlerine göre farklılaşmadığı görülmektedir. İnternet kullanma hem sosyal medya kullanımı faktörlerine hem de öğretmenlik tutum faktörlerine göre anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Ancak, sosyal ağları kullanma sıklığı öğretmenlik tutum faktörlerine göre önemli bir farklılık göstermemiş ama, sosyal medya kullanımının hoş vakit geçirme ve eğitim ve akademik başarı faktörlerine göre anlamlı bir farklılık göstermiştir. Yine, sosyal ağları kullanma sıklığı değişkeniyle elde edilen sonuçlara benzer olarak internet kullanım süresi değişkeni de öğretmenlik tutum faktörlerine göre anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Ancak, sosyal medya kullanımının kendini ifade etme, hoş vakit geçirme, çevre edinebilme, yeni fotoğraf ve videolara erişebilme faktörleri internet kullanım süresine göre anlamlı bir farklılık göstermiştir. Sosyal ağlarda sahip olunan arkadaş sayısı öğretmenlik mesleği olumsuz tutum davranışı ile ve sosyal medya kullanım amaçlarının kendini ifade etme, hoş vakit geçirme, eğitim ve akademik başarı sağlama, bilgi paylaşımı, çevre edinebilme, yeni fotoğraflara ve videolara erişebilme, arkadaş çevresi ile iletişimde kalma faktörlerine göre anlamlı bir farklılık göstermiştir.

Tablo 22’de çoklu yanıtlara dayanılarak hazırlanan faktörler ile öğretmen adaylarının kullandıkları sosyal medya platformları arasında ilişkinin incelendiği analiz sonuçları verilmiştir.

Tablo 22

Faktörler ile Öğretmen Adaylarının Kullandıkları Sosyal Medya Platformları Arasında İlişkinin İncelenmesi (Çoklu Yanıt)

	Facebook	Twitter	Myspace	Youtube	Instagram	Snap chat	Scorp	Periscope
	\bar{x}	\bar{x}	\bar{x}	\bar{x}	\bar{x}	\bar{x}	\bar{x}	\bar{x}
Kendini ifade etme	2,73 _a *	2,58 _a *	2,79 _a *	2,50 _a *	2,55 _a *	2,51 _a *	2,73 ¹	2,46 _a *
Hoş vakit geçirme	3,75 _a *	3,92 _a *	3,83 _a *	3,93 _a *	3,97 _a *	4,01 _a *	4,50 ¹	3,81 _a *
Eğitim ve akademik başarı	3,19 _a *	3,21 _a *	3,68 _a *	3,22 _a *	3,22 _a *	3,14 _a *	3,40 ¹	3,09 _a *
Öğretmenler ile iletişim halinde olmak için	3,04 _a *	2,88 _a *	3,00 _a *	3,06 _a *	3,10 _a *	2,84 _a *	3,00 ¹	2,83 _a *
Bilgi paylaşımı	3,82 _a *	3,96 _a *	4,56 _a *	3,94 _a *	3,94 _a *	3,69 _a *	4,00 ¹	3,76 _a *
Çevre edinebilme	3,45 _a *	3,53 _a *	3,33 _a *	3,32 _a *	3,31 _a	3,63 _a	4,67 ¹	3,29 _a *
Yeni fotoğraflar ve videolara erişebilme	3,66 _a *	3,67 _a *	3,50 _a *	3,76 _a *	3,81 _a *	3,72 _a *	4,00 ¹	3,72 _a *
Arkadaş çevresi ile iletişimde kalma	3,78 _a *	3,88 _a *	3,67 _a *	3,85 _a *	3,94 _a *	4,04 _a *	4,00 ¹	3,89 _a *
Öğretmenlik mesleğine yönelik olumlu tutum	4,01 _a *	4,10 _a *	4,06 _a *	4,13 _a *	4,15 _a *	4,11 _a *	3,88 ¹	4,11 _a *
Öğretmenlik mesleğine yönelik olumsuz tutum	2,11 _a *	1,85 _a *	1,92 _a *	1,77 _a *	1,75 _a *	1,72 _a *	2,38 ¹	1,79 _a *

*: Aynı harfle gösterilen alt indise sahip olan değerler arasında istatistiksel bakımdan anlamlı bir fark bulunamamıştır.

1: Scorp kategorisi 2'den daha az gözleme sahip olduğu için karşılaştırmada kullanılamamıştır.

Test sonuçları elde edilirken ikili karşılaştırmalarda Bonferroni düzeltmesi kullanılmıştır.

Sonuçlar varyansların homojenliği varsayımı altında, 0,05 anlamlılık düzeyinde ve çift taraflı testlere dayanmaktadır.

Tablo 22'de sosyal medya kullanım amaçlarına yönelik faktörler ile öğretmenlik mesleğine yönelik tutum davranışlarının öğretmen adaylarının kullandıkları sosyal medya platformlarına göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için uygulanan ANOVA analizi sonuçları verilmiştir. Ancak, katılımcıların sosyal medya platformlarından birkaç tanesini birlikte

seçebilmelerine olanak tanındığı için yapılan ANOVA analizinde farklılıklar görülmüştür.

Korelasyon Analizine İlişkin Bulgular

Öğrencilerin sosyal medya kullanımına ilişkin faktörler ile öğretmenlik mesleği tutumları arasında ilişkinin bulunup bulunmadığını belirlemek için korelasyon testleri uygulanmıştır. Korelasyon analizi ile değişim gösteren iki ya da daha fazla değişkenin aralarında bağ bulunup bulunmadığı incelenmiştir. Korelasyon katsayısı yardımıyla değişkenler arasında var olan ilişkinin yönü ve şiddeti hakkında bilgilere ulaşılabilmektedir.

Pearson katsayısı korelasyon katsayısı olarak da bilinmektedir. -1 ve 1 arasında değer alan korelasyon katsayısı sıfır ise, değişkenler arasında ilişki yoktur. Sıfırdan küçük ise, ters yönlü bir ilişki söz konusudur. Sıfırdan büyük ise, değişkenler arasında doğru yönlü bir ilişki bulunmaktadır (Astar ve Güriş, 2015).

Tablo 23'te çoklu yanıtlara dayanılarak hazırlanan faktörler ile öğretmen adaylarının kullandıkları sosyal medya platformları arasında ilişki incelenmiştir.

Tablo 23

İki Yönlü Korelasyon Analizine İlişkin Bulgular

	Kendini ifade etme	Hoş vakit geçirme	Eğitim ve akademik başarı	Öğretmenler ile iletişim halinde olmak için	Bilgi paylaşımı	Çevre edinebilme	Yeni fotoğraf ve videolara erişebilme	Arkadaş çevresi ile iletişimde kalma	Öğretmenlik mesleğine yönelik olumlu tutum	Öğretmenlik mesleğine yönelik olumsuz tutum
Kendini ifade etme	1	0.296**	0.301**	0.216**	0.087	0.467**	0.371**	0.307**	0.015	0.097
Hoş vakit geçirme	0.296*	1	0.402**	0.132*	0.371**	0.443**	0.600**	0.410**	0.119*	-0.120*
Eğitim ve akademik başarı	0.301*	0.402**	1	0.332**	0.551**	0.312**	0.297**	0.171**	0.041	0.142**
Öğretmenler ile iletişim halinde olmak için	0.216*	0.132*	0.332**	1	0.286**	0.087	0.146**	0.102	0.093	0.033
Bilgi paylaşımı	0.087	0.371**	0.551**	0.286**	1	0.197**	0.242**	0.255**	-0.027	0.041
Çevre edinebilme	0.467*	0.443**	0.312**	0.087	0.197**	1	0.367**	0.334**	-0.023	0.084
Yeni fotoğraf ve videolara erişebilme	0.371*	0.600**	0.297**	0.146**	0.242**	0.367**	1	0.530**	0.019	0.058
Arkadaş çevresi ile iletişimde kalma	0.307*	0.410**	0.171**	0.102	0.255**	0.334**	0.530**	1	0.043	-0.020
Öğretmenlik mesleğine yönelik olumlu tutum	0.015	0.119*	0.041	0.093	0.027	-0.023	0.019	0.043	1	-0.708**
Öğretmenlik mesleğine yönelik olumsuz tutum	0.097	0.120*	0.142**	0.033	0.041	0.084	0.058	0.020	-0.708**	1

** : %1 seviyesinde anlamlı

* : %5 seviyesinde anlamlı

Tablo 23'te öğretmen adaylarının kullandıkları sosyal medya platformlarına göre söz konusu faktörden aldıkları puanların ortalama değerleri verilmiştir. Bu ortalama değerlerinin istatistiksel olarak farklılığının bulunup bulunmadığını belirlemek için Benfori düzeltmesi kullanılarak 0,05 anlamlılık düzeyinde farklılıklar belirlenmeye çalışılmıştır. Buna göre, ortalama değerlerinin alt indekslerinin aynı harfleri taşıması söz konusu faktörler için sosyal medya platformlarına göre bir farklılığın bulunmadığını göstermiştir.

Bunun dışında tablodaki verilerden hareketle faktörlerin birbirleriyle ilişkisi olup olmadığı veya varsa bu ilişkinin şiddeti ve yönü hakkında bilgi edinebilmek için uygulanan iki yönlü korelasyon analizi sonuçları verilmiştir.

Tablo 23'te korelasyon analizinden elde edilen bulgulara göre; kendini ifade etme faktörü ile bilgi edinebilme, öğretmenlik mesleğine yönelik olumlu tutum ve öğretmenlik mesleğine yönelik olumsuz tutum davranışı arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki görülmemiştir. Bilgi paylaşımı, çevre edinebilme, yeni fotoğraf ve videolara erişebilme, arkadaş çevresi ile iletişimde kalma faktörleri ile hem öğretmenlik mesleğine yönelik olumlu tutum davranışı arasında hem de öğretmenlik mesleğine yönelik olumsuz tutum davranışı arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

Aralarında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki bulunan faktörlerin ilişkinin yönü ve şiddeti hakkında elde edilen bilgiler şu şekildedir:

- Kendini ifade etme faktörü ile hoş vakit geçirme faktörü arasında %26, eğitim ve akademik başarı faktörü arasında %30, öğretmenler ile iletişim halinde olma faktörü arasında %21, çevre edinebilme faktörü arasında %46, yeni fotoğraf ve videolara erişebilme faktörü arasında %37, arkadaş çevresi ile iletişimde kalma faktörü arasında %30 şiddetinde pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir.
- Hoş vakit geçirme faktörü ile eğitim ve akademik başarı faktörü arasında %40, öğretmenler ile iletişim halinde olma faktörü arasında %13, bilgi paylaşımı faktörü arasında %37, çevre edinebilme faktörü arasında %44, yeni fotoğraf ve videolara erişebilme faktörü arasında %60, arkadaş çevresi ile iletişimde kalma faktörü arasında %41, öğretmenlik mesleğine yönelik olumlu tutum davranışı faktörü arasında %11 düzeyinde pozitif yönde bir ilişki bulunmaktadır. Ancak, hoş vakit geçirme faktörü ile öğretmenlik mesleğine yönelik olumsuz tutum davranışı arasında %12 düzeyinde negatif yönlü bir ilişki görülmüştür.
- Eğitim ve akademik başarı faktörü ile öğretmenler ile iletişim halinde olma faktörü arasında %33, bilgi paylaşımı faktörü arasında %55, çevre edinebilme faktörü arasında %31, yeni fotoğraf ve videolara erişebilme faktörü arasında %29, arkadaş çevresi ile iletişimde kalma faktörü

arasında %17, öğretmenlik mesleğine yönelik olumsuz tutum davranışı arasında %14 düzeyinde pozitif yönlü bir ilişki görülmüştür.

- Öğretmenler ile iletişim halinde olma faktörü ile bilgi paylaşımı arasında %28, yeni fotoğraf ve videolara erişebilme faktörü arasında %14 şiddetinde pozitif yönlü bir ilişki görülmüştür.
- Bilgi paylaşımı faktörü ile çevre edinebilme faktörü arasında %19, yeni fotoğraf ve videolara erişebilme faktörü arasında %24, arkadaş çevresi ile iletişim halinde olma faktörü arasında %25 düzeyinde pozitif yönlü bir ilişki görülmüştür.
- Çevre edinebilme faktörü ile yeni fotoğraf ve videolara erişebilme faktörü arasında %36, arkadaş çevresi ile iletişimde kalma faktörü arasında %33 düzeyinde pozitif yönlü bir ilişki görülmüştür.
- Yeni fotoğraf ve videolara erişebilme faktörü ile arkadaş çevresi ile iletişimde kalma faktörü arasında %53 düzeyinde pozitif yönlü bir ilişki görülmüştür.
- Öğretmenlik mesleğine yönelik olumlu tutum ve davranışı ile öğretmenlik mesleğine yönelik olumsuz tutum ve davranışı arasında ise ters yönlü %70 düzeyinde bir ilişki görülmüştür.

Regresyon Analizine İlişkin Bulgular

Sosyal medya kullanımına yönelik faktörlerin öğretmenlik mesleğine yönelik olumlu veya olumsuz tutum davranışı üzerindeki etkisini incelemek için doğrusal regresyon analizi uygulanmıştır. Korelasyon analizi sonucunda faktörler arasında ilişki bulunup bulunmadığı hakkında ve bu ilişkinin şiddeti hakkında bilgiler edinilmiştir. Korelasyon analizi, değişkenler hakkında ilişkinin bulunup bulunmadığı ve bu ilişkinin şiddeti hakkında bilgiler verir. Oysa, doğrusal regresyon yardımıyla bağımsız değişkenin değeri hakkında kestirimde bulunmak olanaklı hale gelebilir. Bu sebeple, çalışmanın bu bölümünde sosyal medya kullanım amacı faktörlerinin katsayılarından faydalanılarak öğretmenlik mesleğine yönelik tutum davranışı hakkında bir kestirimde bulunulabilir. Ancak, özellikle çoklu doğrusal regresyon analizinin güvenilir olabilmesi için bazı varsayımların sağlanması gerekmektedir. Bu varsayımlar arasında normallik

varsayımı da yer alır. Normallik varsayımının sınanması “Tek Yönlü ANOVA ve Bağımsız Örneklem t Testine İlişkin Bulgular” başlığı altında ayrıntılı bir şekilde açıklandığı için burada tekrar verilmemiştir.

İkinci varsayım ise; sabit varyans varsayımıdır. Bir veri setinde normallik varsayımı sağlanıyor ise, iki değişken arasında eş varyanslı olması varsayımının da sağlanmış olması gerekir (Tabachnick and Fidell, 1996). Otokorelasyon olmaması tespiti analiz içerisinde Durbin Watson istatistiği yardımıyla sınanmıştır. Çoklu doğrusallık varsayımı için ise, VIF (varyans şişirme faktörü) değeri elde edilecektir. Modele ilişkin tutarlı katsayıların elde edilebilmesi için model yeterliliği belirlenmelidir. Aykırı, uzak ve etkili gözlemlerin belirlenmesi model yeterliliğinin belirlenmesi için kullanılan yöntemlerdir. Veri setinde aykırı, uzak ve etkili gözlemlerle karşılaşılması halinde bu gözlemler çıkarılmalıdır. Çalışmada etkili gözlemlerin belirlenmesi için Cook değeri elde edilmiştir. Cook değeri 1’den büyük gözlemler etkili gözlemlerdir ve analizden çıkarılması gerekir (Aydın ve Arı, 2016: 89). Ancak, çalışmada kullanılan veri setinde Cook değeri 1’den büyük olan gözlem tespit edilememiştir. Çalışmada doğrusal regresyon modeli uygulanırken enter (zorunlu giriş tekniği) uygulanmıştır.

Regresyon modeli uygulanırken 2 farklı model kurulmaktadır. İlk modelde, öğretmenlik mesleğine yönelik olumlu tutum davranışı etkileyen faktörler belirlenerek öğretmenlik mesleğine yönelik olumlu tutum davranışı hakkında bir kestirimde bulunulmuştur. İkinci doğrusal regresyon modeli için ise, öğretmenlik mesleğine yönelik olumsuz tutum davranışı etkileyen faktörlerden yola çıkılarak olumsuz tutum davranışı hakkında bir kestirimde bulunulmuştur.

Tablo 24’te Öğretmenlik Mesleğine Olumlu Tutum Regresyon Modeli özetine yer verilmiştir.

Tablo 24

Öğretmenlik Mesleğine Olumlu Tutum Regresyon Modeli

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
Sabit	3,729	,234		15,950	,000		
Hoş vakit geçirme	,123	,058	,110	2,111	,035	,990	1,011
Cinsiyet	-,171	,075	-,119	-2,284	,023	,990	1,011
R kare			,029		F istatistiği		5,384
Düzeltilmiş R kare			,024		Prob.(F istatistik)		0,005
Standart hata			,68931				
Durbin Watson			1,790				
Bağımlı Değişken: Öğretmenlik mesleğine yönelik olumlu tutum davranışı							

Tablo 24’te görülüşü gibi düzeltilmiş R² değerine göre bağımsız değişkende yer alan değişkenler bağımlı değişkenin sadece %2.4’lük bir kısmını açıklamıştır. Durbin Watson d istatistiğinin 2 civarında olması bağımsız değişkenler arasında otokorelasyonun bulunmadığı göstermiştir. VIF değerinin 5’ten küçük olması, değişkenler arasında çoklu doğrusal bağlantının bulunmadığını kanıtlamıştır. Çoklu doğrusal regresyon modeli kurulduğu için ve bağımlı değişkenin de bağımsız değişkenlerin de aynı cins değerler olması nedeniyle katsayı kestiriminde standardize edilmemiş katsayı tahminleri kullanılmıştır. Buna göre, istatistiki açıdan %5 düzeyinde anlamlı olmakla birlikte sosyal medya kullanım amaçlarından olan hoş vakit geçirme faktörü puanında görülen 1 br’lik artış öğretmenlik mesleğine yönelik olumlu tutum davranışı puanını 0,123 kat arttırmıştır. Ayrıca, erkekler kadınlara göre 0,171 kat daha az öğretmenlik mesleğine yönelik olumlu tutum davranışı puanına sahiptir. Diğer bir ifade ile öğretmen adaylarının kadın olması durumu öğretmenlik mesleğine yönelik olumlu tutum davranışı puanını arttırmaktadır. Model, genel olarak %1 düzeyinde anlamlıdır (0,005<0,01). Modelde yer alan bağımsız değişkenlerden en az biri bağımlı değişkeni istatistiki açıdan anlamlı bir şekilde açıklamıştır.

Öğretmenlik mesleğine yönelik olumsuz tutum davranışı hakkında bir kestirimde bulunmak amacıyla ikinci bir regresyon modeli uygulanmıştır. Tablo

25'te Öğretmenlik Mesleğine Olumsuz Tutum Regresyon Modelinin özetine yer verilmiştir.

Tablo 25

Öğretmenlik Mesleğine Olumsuz Tutum Regresyon Modeli

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
Sabit	1,638	,294		5,569	,000		
Hoş vakit geçirme	-,284	,075	-,211	-3,795	,000	,795	1,258
Cinsiyet	,426	,087	,244	4,899	,000	,987	1,013
İnternet Kullanım süresi	,114	,055	,107	2,086	,038	,933	1,071
Eğitim ve akademik başarı	,227	,057	,214	3,960	,000	,841	1,189
R kare			,124		F istatistiği		12,617
Düzeltilmiş R kare			,114		Prob.(F istatistik)		,000
Standart hata			,79432				
Durbin Watson			1,156				
Bağımlı Değişken: Öğretmenlik mesleğine yönelik olumsuz tutum davranışı							

Tablo 25'te görülüşü gibi düzeltilmiş R^2 değerine göre eğitim ve akademik başarı faktörü, cinsiyet, hoş vakit geçirme faktörü, internet kullanım süresi değişkenleri öğretmenlik mesleği olumsuz tutum davranışının %11.4'ünü açıklamaktadır. Ayrıca, Durbin Watson istatistiğine göre değişkenler arasında otokorelasyon bulunmamaktadır. Değişkenlerin VIF değerlerinin 5'ten küçük olması (tolerans değerinin 0,20'den fazla olması) değişkenler arasında çoklu doğrusal bağlantının bulunmadığını göstermektedir. Elde edilen katsayı tahmin sonuçlarına göre; internet kullanım amacı içerisinde yer alan hoş vakit geçirme faktörü puanında görülen 1br'lik artış öğretmenlik mesleğine yönelik olumsuz tutum davranışı puanını 0,284 br azaltmaktadır. Erkekler kadınlara göre 0,426 br daha çok olumsuz tutum davranışı puanına sahiptir. Öğretmen adaylarının günde ortalama internet kullanım süreleri 1 br arttıkça öğretmenlik mesleğine yönelik olumsuz tutum davranışı puanı 0,114 br arttırmaktadır. Sosyal medya kullanım amacı içerisinde yer alan eğitim ve akademik başarı faktörü puanında görülecek 1 br'lik artış öğretmenlik mesleğine yönelik olumsuz tutum davranışını 0,227 br arttırmaktadır. Prob.(F istatistik) değerine göre model genel olarak %1 düzeyinde

anlamlıdır. Modelde yer alan hoş vakit geçirme, cinsiyet, internet kullanım süresi eğitim ve akademik başarı faktörlerinden en az birisi öğretmenlik mesleğine yönelik olumsuz tutum davranışı faktörünü ideal bir şekilde açıkladığı görülmüştür.



Dördüncü Bölüm

Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Bu bölümde, çalışmada izlenen yöntem ile ortaya çıkan bulgular incelemiş, problem cümlesi ve alt problemlerin kapsamında elde edilen bulgular ilgili alan yazın bağlamında tartışılarak ulaşılan sonuçlara bağlı önerilere yer verilmiştir.

Sonuç ve Tartışma

İnternet kullanımının artmasını takip eden süreçle birlikte yoğun olarak kullanılan sosyal medya uygulamaları, internet kullanıcılarının içerik oluşturulup yayımlayabilmesine fırsat tanımaktadır. Bu yönüyle toplumda özellikle gençlerin dikkatini çekmekte ve zamanla çok sayıda uygulama eklenerek genişleyerek yayılmaktadır. Çalışmamızda öğretmenlik mesleğine yönelik olumlu tutum davranışının (0,05>0,204) ve olumsuz tutum davranışının (0,05>0,079) olması öğretmen adaylarının internet kullanma sürelerine göre farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır.

Sosyal medya uygulamaları; iletişime, bilgi ve becerilerin paylaşımına, arkadaş edinme, etkinlik duyurma, sohbet gibi eğitimle de ortak olan birçok amaca hizmet etmektedir. Yaptığımız çalışmada bilgi paylaşımı, çevre edinebilme, yeni fotoğraf ve videolara erişebilme, arkadaş çevresi ile iletişimde kalma faktörlerinin öğretmenlik mesleğine yönelik olumlu ve olumsuz davranışı arasında anlamlı ilişki bulunmamıştır. Özer'in (2019) çalışmasında, öğrencilerin sıklıkla kullanmakta oldukları sosyal medya ağlarını eğitim amacıyla kullandıkları görülmektedir.

Demir ve Kumcağız'ın (2019) çalışmasında, öğrencilerin Facebook bağımlılığı ve eğitsel amaçlı Facebook kullanımlarına ilişkin görüşlerinin pozitif yönde olduğu görülmüştür. Çalışmada, öğrencilerin Facebook'u eğitsel amaçla kullanma düzeyleri ile cinsiyet ve fakülte değişkeni arasında anlamlı ilişki olduğu görülmüştür. Sosyal medya uygulamalarının eğitim amaçlı kullanılması bu alanda hem birtakım fayda hem de birtakım zararları da beraberinde getirmiştir. Hashim, Al-Sharqi ve Kutbi'nin (2019) çalışmasında, öğrencilerin fiziksel hareketsizlik, sosyal

içe dönüklük, zorbalığa maruz kalma, egemenlik tutumları ve zihinsel donukluk ortak kaygıları olarak ortaya çıktığı görülmüştür.

Çalışma amacı; sosyal medya kullanımının Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarının mesleki tutumlarıyla ilişkisinin incelenmesi ve sosyal medya kullanımının mesleki tutuma etkisini tespit etmektir. Bu kapsamda yapılan araştırmada, Ege Bölgesi'nden iki devlet üniversitesinde Sosyal Bilgiler Öğretmenliği bölümünde öğrenim gören ve araştırma örnekleminde yer alan katılımcıların betimleyici istatistikleri incelendiğinde katılımcıların %37'sinin erkek, %62.4'ünün ise kadın olduğu görülmüştür.

Çalışmanın örneklemini esas alındığında, öğretmen adaylarının çoğunluğunun kadınlardan oluştuğu ve örneklemin %96'ya yakın kısmının ise 18-25 yaş aralığında yer aldığı görülmüştür. Öğretmen adaylarının demografik özelliklerine göre ve internette veya sosyal ağ sitelerinde geçirdikleri süreye bağlı olarak farklılıklarının öğretmen adaylarının yaşlarına göre farklılık göstermediği ve öğretmenlik mesleğine yönelik olumsuz tutum davranışının da öğretmen adaylarının yaşlarına göre farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır.

Sosyal platform açısından değerlendirildiğinde, öğretmen adayları içerisinde en fazla kullanılan sosyal platformun Instagram ve Youtube olduğu en az kullanılan platformun ise Scorp olduğu görülmüştür. Scorp'u kullanan bir kişinin ise kadın olduğu görülmüştür. Demir ve Kumcağz'ın (2019) çalışmasında en sık kullanılan sosyal medya araçlarından biri olarak Facebook gösterilmiştir. Özer'in (2019) araştırmasında da daha çok Facebook kullanıldığına işaret edilmiştir.

Sosyal medya platformlarının cinsiyete göre dağılımları incelendiğinde; Facebook'u daha çok erkeklerin kullandığı, Youtube'u ise kadınların daha fazla tercih ettiği görülmüştür. Twitter'ın ise, erkek ve kadınlar arasında aynı oranlarda tercih edildiği görülmüştür. Faktörler ile öğretmen adaylarının kullandıkları sosyal medya platformları arasında ilişkinin çoklu yanıtlarla incelenmesine yönelik sonuçlara bakıldığında; sosyal medya kullanım amaçları faktörlerinin ve öğretmenlik mesleğine yönelik tutum davranışlarının, öğretmen adaylarının kullandıkları sosyal medya platformlarına göre anlamlı bir şekilde farklılık göstermediğine ulaşılmıştır. Her bir faktörün cinsiyet değişkenine göre farklılık

gösterip göstermediği ile ilgili olarak, öğretmen adaylarının cinsiyetlerine göre anlamlı bir şekilde farklılık gösterdiği, sosyal medya kullanımının kendini ifade etme ve çevre edinebilme boyutu kadın ve erkeklere göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Ayrıca, sosyal medya kullanımında çevre edinebilme amacına benzer şekilde erkeklerin kadınlara kıyasla daha sıcak baktığı buna karşılık, sosyal medya kullanım amaçları içerisinde yer alan hoş vakit geçirme, eğitim ve akademik başarı, öğretmenler ile iletişim halinde olma, bilgi paylaşımı boyutlarının kadınlar ve erkekler arasında farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır.

Öğretmenlik mesleğine yönelik tutum ölçeğindeki ifadelerle bakıldığında; bütün sosyal medya platformlarında aynı harfin bulunması; sosyal medya kullanım amaçları faktörlerinin ve öğretmenlik mesleğine yönelik tutum davranışlarının öğretmen adaylarının kullandıkları sosyal medya platformlarına göre anlamlı bir şekilde farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Aynı zamanda, erkeklerin kadınlara göre 0,426 br daha çok olumsuz tutum davranışı puanına sahip olması kadınların erkeklere kıyasla öğretmenlik mesleğine yönelik daha fazla olumlu tutum davranışı içerisinde bulunduğu görülmüştür. Eğitim ve akademik başarı faktörü ile öğretmenlik mesleğine yönelik olumlu tutum davranışı arasında anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir. Öğretmenler ile iletişim halinde olmak faktörü ile arkadaş çevresi ile iletişimde kalma, öğretmenlik mesleğine yönelik olumlu tutum ve öğretmenlik mesleğine yönelik olumsuz tutum davranışı arasında ilişki bulunamamıştır. Ayrıca, öğretmenlik mesleğine yönelik olumlu tutum davranışının (0,05>0,838) olumsuz tutum davranışının (0,05>0,079) olması öğretmen adaylarının sosyal medya kullanma sürelerine göre farklılık olmadığını göstermiştir. Eğitim ve akademik başarı, cinsiyet, hoş vakit geçirme faktörlerinin öğretmenlik mesleği olumsuz tutum davranışının %11.4 'ünü açıkladığı görülmüştür.

Öğretmenlik mesleğine yönelik tutum ölçeği faktör analiz sonuçlarında ise; öğretmen adaylarının öğretmenlik mesleği için yeterli alt yapıya sahip olduklarını öğretmenlik mesleğini gereğine uygun olarak profesyonel biçimde gerçekleştirebilecekleri ifadeleri görülmüştür. Buna ek olarak, öğretmenlik mesleğine yönelik kimi olumsuz bazı ifadeler görülmüştür. Bu ifadeler: Öğretmen adaylarının öğretmenlik mesleği için uygun olmadıklarını, bir meslek olarak tercih

etmediklerini, karakter yapısının öğretmenlik mesleğine uygun olmayacağını belirten ifadelerdir. Öğretmenlik mesleğine yönelik olumlu tutumun 0,946, olumsuz tutumun ise, 0,919 olduğu görülmüştür. Sosyal medya kullanımına yönelik faktörlerin öğretmenlik mesleğine yönelik olumlu veya olumsuz tutum davranışı üzerindeki etkisi ile ilgili olarak, bir gruba aitmiş hissine kapılmak maddesinin en az katılım gösterilen madde olduğu görülmüştür. Buna karşılık, sosyal medyada fotoğrafları yer alan insanlarla ilgili bilgi bulurum maddesi ise en çok katılım gösterilen madde olduğu görülmüştür. Sosyal medya kullanımının hoş vakit geçirme boyutunu oluşturan maddelerin ortalama değerleri elde edilerek en yüksek ortalamaya sahip maddenin arkadaşlarımla iletişim kurabiliyorum maddesi olduğu görülmüştür. Ancak, sosyal medya kullanımı akademik başarıyı yükseltiyor maddesinin ise, en düşük ortalamaya sahip madde olduğu görülmüştür. Öğretmenlik mesleğine yönelik olumsuz tutum davranışı boyutunu oluşturan maddelere ise, öğretmen adaylarının genellikle katılmadıklarını belirten cevaplar verdikleri görülmüştür. Ayrıca, hoş vakit geçirme, cinsiyet, internet kullanım süresi, eğitim ve akademik başarı faktörlerinden en az birisi öğretmenlik mesleğine yönelik olumsuz tutum davranışı faktörünü ideal bir şekilde açıklamıştır. Bu maddelerin ortalama değerleri çok yakın olmakla birlikte öğretmenliğin bana göre bir meslek olmadığını düşünüyorum maddesinin diğer maddelere kıyasla daha fazla ortalamaya sahip olduğu görülmüştür.

Katılımcıların, sosyal medya kullanımında çevre edinebilme amacına benzer şekilde erkeklerin kadınlara kıyasla daha sıcak baktığı buna karşılık, sosyal medya kullanım amaçları içerisinde yer alan hoş vakit geçirme, eğitim ve akademik başarı, öğretmenler ile iletişim halinde olma, bilgi paylaşımı ifadelerinde kadınlar ve erkekler arasında farklılık görülmemiştir. Eğitim ve akademik başarı boyutunu oluşturan maddeler incelendiğinde; en yüksek katılıma sahip maddenin sosyal medya çağdaş insan için bir ihtiyaçtır ve sosyal medya siteleri kişilerin kültürlerinin artmasını sağlar maddeleri olduğu görülmüştür. Ancak, sosyal medya kullanımı akademik başarıyı yükletiyor maddesinin en düşük ortalamaya sahip olduğu görülmüştür. Sınıf değişkeninin; sosyal kullanım amaçları içerisinde yer alan kendini ifade etme, hoş vakit geçirme, eğitim ve akademik başarı, çevre edinebilme ve yeni fotoğraf ve videolara erişebilme faktörlerine göre farklılık göstermesine karşılık; öğretmenlik mesleğine yönelik tutum davranışlarına göre

anlamli bir Şekilde farklılaşmadığı görülmüştür. Altınay Bor'un (2018) alışmasında, katılımcıların sosyal medyaya yönelik tutumları ile gelişmeleri kaçırma korkusu ve sosyal kaygı arasındaki bir ilişkinin varlığından bahsedilmiştir. Gelişmeleri kaçırma korkusu düzeyleri düşük ve sosyal kaygıları da orta düzeyde bulunmuştur. Sosyal ortamlarda gelişmeleri kaçırma korkusu ile sosyal kaygı arasında pozitif yönde anlamli bir ilişki bulunmuştur. Sosyal medyaya yönelik tutum ile ergenler için sosyal kaygı arasında negatif yönde anlamli bir ilişki bulunmuştur.

Sosyal ağları kullanma sıklığı için; haftada 1-2 gün sosyal ağları kullanan öğretmen adayları ile her gün sosyal ağları kullanan öğretmen adayları arasında sosyal ağ kullanma amaçlarının alt faktörü olan eğitim ve akademik başarı faktörünün farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Ancak, sosyal medya kullanım amaçlarından kendini ifade etme, öğretmenler ile iletişim halinde olmak, bilgi paylaşımı, evre edinebilme, yeni fotoğraf ve videolara erişebilme, arkadaş çevresi ile iletişimde kalma boyutlarının sosyal medya kullanma sürelerine bağlı olarak değişmediği görülmüştür.

İnternet kullanım süresi için; katılımcıların büyük çoğunluğunun (350 kişinin) 3 yıldan fazla süredir internet kullandığı görülmüştür. Her gün internet kullandıklarını beyan eden öğretmen adaylarının ise, günde 2-5 saat arasında ve 5 saatten fazla süre internet kullandıkları görülmüştür. İnternet kullanma süresi için öğretmenlik mesleğine yönelik olumlu tutum ve olumsuz tutum davranışlarının da öğretmen adaylarının internet kullandıkları sürelerle bağlı olarak farklılaşmadığı görülmüştür.

Sosyal ağlarda sahip olunan arkadaş sayısı değişkeni için; 0-50 kişi arasında arkadaşa sahip olan öğretmen adayları ile 201-500 kişi ve 501 ve daha fazla kişi arkadaşa sahip olan öğretmen adayları arasında kendini ifade etme, hoş vakit geçirme, eğitim ve akademik başarı, bilgi paylaşımı ve evre edinebilme, arkadaş çevresi ile iletişimde kalma, yeni fotoğraf ve videolara erişebilme faktörlerinde anlamli bir farklılık olduğu görülmüştür.

Öneriler

2017-2018 eğitim öğretim yılında Ege Bölgesi'nde iki devlet üniversitesinde öğrenim gören Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarının görüşlerine göre, bu çalışma sonunda aşağıdaki önerilere yer verilmiştir.

- Tablo 9'da öğretmenler adaylarının sosyal medyayı daha çok çevre edinebilme, hoş vakit geçirme, farklı insanlarla ve arkadaşlarla iletişim kurma, etkinliklerden haberdar olma, paylaşımlarının takip edilmesi, yeni fotoğraf ve videolara ulaşma gibi amaçlarla kullandıkları görülmüştür. Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarının sosyal medya uygulamalarını eğitim amaçlı ve daha bilinçli kullanmaları için çeşitli eğitici seminerlere katılımları sağlanarak öğrencilere bu doğrultuda yol gösterilebilir.
- Tablo 18, 19 ve 20 incelendiğinde internet ve sosyal ağların daha çok 1-2 ve 3 yıldan fazla süredir internet kullandıkları ayrıca haftada 5-6 ve hergün sosyal ağları kullandıkları görülmüştür. Yine, bu tablolarda elde edilen sonuçlarda öğretmen adaylarının çevre edinebilme, hoş vakit geçirme, farklı insanlarla ve arkadaşlarla iletişim kurma, etkinliklerden haberdar olma, paylaşımlarının takip edilmesi, yeni fotoğraf ve videolara ulaşma amaçlandığı görülmüştür. Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarına sosyal medyanın işlevi anlatılarak, sosyal medyayı yaratıcı ve araştırmaya yönelik kullanmaları özendirilebilir.
- Sosyal medya konusunda ülkemizde yaklaşık 891 adet tez var gibi gözükse de bunların içinde sadece 109 çalışmada sosyal medya kullanımı, 5 çalışmada sosyal medyanın mesleki tutuma etkisi, 3 çalışmada sosyal medyanın eğitime etkisi içeriği bulunmaktadır. Bu nedenle, çağı yakalamış kaliteli eğitim anlayışı için sosyal medyanın eğitsel alanda daha etkili kullanımına ilişkin araştırmalar arttırılabilir.
- Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Sosyal Medya Kullanımı ile Mesleki Tutumları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi konusunda fazla çalışma yapılmadığı görülmüştür. Bu konuda daha çok araştırma yapılması sağlanabilir.
- Araştırma 2017-2018 eğitim öğretim yılında Ege Bölgesi'ndeki iki devlet üniversitesinde öğrenim gören Sosyal Bilgiler Öğretmenliği bölümündeki

370 öğretmen adayı ile sınırlı olduğu için benzer bir çalışmanın farklı üniversiteleri kapsayacak şekilde yapılmasına olanak sağlanabilir.

- Benzer bir araştırmanın eğitim fakültesinin diğer bölümlerindeki öğretmen adayları ile yapılmasına olanak sağlanabilir.
- Araştırmada veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Anket veri toplama aracının sınırlılıkları göz önünde bulundurularak diğer veri toplama yöntemlerinden de (mülakat, görüşme formu gibi) yararlanılması sağlanabilir.



Kaynakça

- Alikılıç, Ö., Gülay, G. ve Binbir, S. (2013). Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı çerçevesinde Facebook uygulamalarının incelenmesi: Yaşar Üniversitesi öğrencileri üzerine bir araştırma. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 1(37), 41-49.
- Alpar, R. (2017). *Uygulamalı çok değişkenli istatistiksel yöntemler*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Alpar, R. (2015) *Çok değişkenli istatistiksel yöntemler*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Aydeniz, H. (2012). *Yaratıcı drama yönteminin üniversite öğrencilerinin akademik başarılarına ve Fransızca konuşmaya yönelik tutumlarına etkisi* (Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Aydın, N. ve Arı, E. (2016). Hanehalkı otomobil talebini belirleyen etkenlerin ikili lojistik regresyon yöntemiyle analizi: Türkiye örneği, *Kastamonu Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*, 12(1), 1-22.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of computer-mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, K. Ş., Karadeniz, Ş., ve Demirel, F. (2012). *Bilimsel araştırma yöntemleri* (12. Basım). Ankara: Pegem Akademi.
- Büyüköztürk, Ş. (2004). *Veri analizi el kitabı*. Ankara: Pegem A Yayıncılık.
- Crano, W. D., & Brewer, M.B. (2002). *Principles and methods of social research*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G. ve Büyüköztürk, Ş. (2012). *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik SPSS ve LISREL uygulamaları* (2. Baskı). Ankara: PegemA Akademi Yayınevi.

- Edosomwan, S., Kalangot-Prakasan, S., Kouame, D., Watson, J., & Seymour, T. (2011). The history of social media and its impact on business. *The Journal of Applied Management and Entrepreneurship*, 16(3), 1-13.
- Ertürk, S. (1997). *Eğitimde program geliştirme*. Ankara: Yelkenetepe Yayınları.
- Ersayın, E. ve Güler Ç. (2017). EBA platformundaki ders materyallerinin eğitsel yazılım değerlendirme ölçütlerine göre değerlendirilmesi. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD)*, 18(1), 657-678.
- Fousquare, (2019). *Ana sayfa*. Erişim adresi <http://www.tr.foursquare.com/about>.
- Garrison, D. R. ve Kanuka, H. (2004). Blended learning: Uncovering its transformative potential in higher education. *Internet and Higher Education*, 7(2), 95-105.
- Gujarati, D. N. (1999). *Temel ekonometri* (Çev. Ü. Şenesen ve G. Günlük Şenesen) (1. Basım). İstanbul: Literatür Yayınları.
- Güngör, E. (2000). *Ahlâk psikolojisi ve sosyal ahlâk*. İstanbul: Ötüken Yayınları.
- Greenhow, C. (2009). Online social networks and learning. *On the Horizon*, 19(1), 4-12.
- Hutchinson, A. (2017). *Sosyal medya infografik verileri*. Erişim adresi <https://www.socialmediatoday.com/social-networks/top-social-network-demographics-2017-infographic>
- Karasar, N. (2010). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Kartal, M. (2013). Türkiye’de sosyal medya raporu. *İletişim ve Diplomasi Akademik Hakemli Dergi*, 1, 159.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research*. Thousand Oaks, CA: Sage publications.
- Kesim, E. ve Ağaoğlu, E. (2007). A paradigm shift in distance education: Web 2.0 and social software. *Turkish Online Journal of Distance Education-TOJDE*, 8(3), 66-75.
- Kuşay, Y. (2010). *Sosyal medyanın gücü ve uygulama örnekleri, ikinci medya çağında internet* (Der. F. Aydoğan ve A. Akyüz). İstanbul. Alfa Yayınevi.

- LinkedIn, (2019). *Lindedlnin tanımı*. Erişim adresi https://about.linkedin.com/tr-tr?trk=homepage-basic_directory
- Mallery, P., & George, D. (2010). *SPSS for Windows step by step: a simple guide and reference*. Allyn, Bacon: Boston.
- Odabaşı, H. F., Mısırlı, Ö., Günüş, S., Timar, Z., Ersoy, M., Som, S., vd. (2012). Eğitim için yeni bir ortam: Twitter, *Anadolu Journal of Educational Sciences International (AJESI)*, 2(1), 89-103.
- Özdiñç, T. (2014). *Okul öncesi eğitimde aile katılımında sosyal medya kullanımı: Bir durum çalışması* (Yüksek Lisans Tezi). Bahçeşehir Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Özmen, F., Aküzüm, C., Sünkür M. ve Baysal, N. (2011). Sosyal ağ sitelerinin eğitsel ortamlardaki işlevselliği, *Education Sciences*, 7(2), 496-506. Erişim adresi <https://dergipark.org.tr/tr/pub/nwsaedu/issue/19816/211941>
- Pinterest (2010). *Pinterest hakkında*. Erişim Tarihi: 15.07.2017, <https://about.pinterest.com/en>
- Sürmeli, A. (2005). *Mesleki ve teknik liselerde görev yapan öğretmenlerin interneti kullanım profili* (Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Şencan, H. (2005). *Sosyal ve davranışsal ölçümlerde güvenilirlik ve geçerlilik*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (1996). *Using multivariate statistics*. Northridge. Cal.: Harper Collins.
- Unit, E. I. ve Tanker, F. A. (2016). *Elektronik bir kaynak*. Erişim adresi <http://www.eiu.com>.
- Tokgöz, Oya (2015). *İletişim kuramlarına anlam vermek: başlangıçtan günümüze Anglo-Amerikan iletişim kuramı*. Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.
- Tuncer, S. (2015). *Sosyal medya*. İçinde Z. Özata (Ed.), *Sosyal medyanın gelişimi* (s.1-25). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Turan, A.H. (2007). *Kaynak temelli yaklaşım bağlamında bilişim sitelerinin KOBİ'lerin performansına etkileri: Denizli ilinde ampirik bir çalışma*

(Doktora Tezi), Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi,
Denizli.

Türnükü, A. (2001). Eğitim bilim alanında aynı araştırma sorusunu yanıtlamak için farklı araştırma tekniklerinin birlikte kullanılması. *Eğitim ve Bilim*, 26(120), 8-13.



Ekler

Ek-1: Araştırma İzin Yazısı (Kütahya Dumlupınar Üniversitesi)

Evrak Tarih ve Sayısı: 29/04/2019-E.19027



T. C.
KÜTAHYA DURLUPINAR ÜNİVERSİTESİ
REKTÖRLÜĞÜ
Öğrenci İşleri Daire Başkanlığı



Sayı : 45295868-044-
Konu : Anketler

EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

İlgi : a) 09/04/2019 tarihli ve 46638989-300-16279 sayılı yazı.
b) 26/04/2019 tarihli ve 4235 sayılı yazı.

Enstitünüz Sosyal Bilgiler Eğitimi Tezli Yüksek Lisans programı 201381301101 nolu öğrencisi Sinem BAYYAR 'ın "*Sosyal Medya Kullanımının Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Mesleki Tutumları Üzerine Etkisi*" konulu anket çalışmasına ilişkin Afyon Kocatepe Üniversitesi'nin ilgi (b) yazısı yazımız ekinde gönderilmiştir.
Bilgilerinizi ve gereğini arz ederim.

e-İmza

Sülbüye UMURHAN
Daire Başkanı V.

EK :
İlgi (b) yazı

Evliya Çelebi Yerleşkesi Tavşanlı Yolu 10. Km 43100 KÜTAHYA
Telefon: 2742652031-Faks: 2742652027
E-Posta: ogrisi@dpu.edu.tr

Ayrıntılı bilgi için İrtibat: V.KAYA Bilgisayar İşletmeni
Elektronik ağı <http://www.dpu.edu.tr>
KEP Adresi: dumlupinaruniversitesi@ho01.kep.tr

Bu belge, 5070 sayılı Elektronik İmza Kanununa göre Güvenli Elektronik İmza ile imzalanmıştır.

Ek-2: Araştırma İzin Yazısı (Afyon Kocatepe Üniversitesi)

Evrak Tarih ve Sayısı: 29/04/2019-7261



T.C.
AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ
Öğrenci İşleri Daire Başkanlığı

Sayı : 70813604-044-E.
Konu : Araştırma İzni

KÜTAHYA DUMLUPINAR ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜNE
Evliya Çelebi Yerleşkesi Tavşanlı Yolu 10. Km 43100 Merkez/KÜTAHYA

İlgi : 11.04.2019 tarih ve 45295868-044-2631 sayılı yazınız.

Üniversiteniz Eğitim Bilimleri Enstitüsü Sosyal Bilgiler Eğitimi Tezli Yüksek Lisans programı öğrencisi Sinem BAYYAR'ın "Sosyal Medya Kullanımının Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Mesleki Tutumları Üzerine Etkisi" konulu tez çalışmasında kullanılmak üzere, Üniversitemiz Eğitim Fakültesi Sosyal Bilgiler Öğretmenliği bölümünde öğrenim gören öğrencilere anket uygulaması yapması uygun görülmüştür.

Bilgilerinize arz ederim.

e-İmzalıdır
Prof.Dr. Şuayıp ÖZDEMİR
Rektör a.
Rektör Yardımcısı V.

Evrakı Doğrulamak İçin : Dogrula/LC4Y31B

Adres: Afyon Kocatepe Üniversitesi Ahmet Necdet Sezer Kampüsü Rektörlük Binası B
Blok Kat: 1 Afyon
Telefon: 0272 2281124 Faks: 0272 2281181
e-Posta: gensek@aku.edu.tr

Bilgi için: Kadir Bırduman
Unvanı: Memur



Ek-3: Araştırmada Kullanılan Veri Toplama Aracı

Anket Formu

Sevgili Öğretmen Adayları,

Bu anket çalışması Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Sosyal Bilgiler Yüksek Lisans Programı kapsamında, bitirme tezi için hazırlanmıştır. Bu anketin amacı, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi'nde öğrenim gören sosyal bilgiler öğretmen adaylarının **sosyal medya kullanımlarının sosyal bilgiler öğretmenliğine dair meslek alguları üzerinde etkisini** belirlemektir. Çalışmanın başarıya ulaşması her şeyden önce vereceğiniz bilgilerin **doğruluğuna** bağlıdır. Soruları cevaplamada gösterdiğiniz sabır ve samimiyet için teşekkür eder, derslerinizde başarılar dilerim.

Cinsiyetiniz: ()Kadın ()Erkek

Öğrenim Durumunuz: ()Lisans Öğrencisi

Yaşınız: ()18-25 ()26-30 ()31-40

Sınıfınız: () 1. Sınıf () 2. Sınıf () 3. Sınıf () 4. Sınıf

1. Ne kadar süredir internet kullanıyorsunuz?

() 1 yıldan az () 1-2 yıl () 3 yıldan fazla

2. Son 6 ay içerisinde en sık kullandığınız sosyal ağ hangisidir?(Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)

()Facebook ()Twitter ()Myspace ()Youtube () Instagram () Snapchat () Scorp
() Periscope Diğer (Belirtiniz).....

3. Sosyal ağları hangi sıklıkta kullanıyorsunuz?

()Ayda 1-2 gün ()Haftada 1-2 gün ()Haftada 3-4 gün ()Haftada 5-6 gün () Her gün

4. Günde ortalama kaç saatinizi internet kullanımına ayırıyorsunuz?

() 1 saatten az () 1-2 saat () 2-5 saat () 5 saatten fazla

5. Facebook, Instagram gibi sosyal paylaşım sitelerinde kaç arkadaşınız var?

() 0-50 () 51-100 () 101-200 () 201-500 () 501 ve daha fazla

6. Aşağıdaki sorulara katılma durumunuzu belirtiniz.	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
Sosyal medya siteleri faydalı sitelerdir.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sosyal medya siteleri kişilerin kültürlerinin artmasını sağlar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sosyal medya siteleri çağdaş insan için bir	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

İhtiyaçtır.						
Sosyal medya siteleri öğrencilerin eğitim hayatına katkı sağlar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sosyal medya yeni bilgiler edinmemi sağlar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sosyal medya bilginin paylaşılmasını sağlar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sosyal medya sitelerinde öğretmenlerimi takip etmeyi seviyorum.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sosyal medya da öğretmenlerimin yazdıklarını takip etmesi hoşuma gider.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Öğretmenlerimin sosyal medya sitelerinde beni takip etmesi kendimi değerli hissetmemi sağlar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sosyal medya siteleri sayesinde düzenlenen etkinliklerden haberim olması hoşuma gider.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sosyal medya kullanımı akademik başarıyı yükseltiyor.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

NİÇİN SOSYAL MEDYA KULLANIRSINIZ?	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Eğlence ihtiyacımı karşılayabiliyorum					
Bir arkadaşıma özel bir mesaj gönderebiliyorum					
Sıkıldığımda vakit geçirmemi sağlıyor					
Sosyal medya kullanmayı seviyorum					
Sosyal medya sayesinde yeni arkadaşlıklar edinebilirim					
Görsel olarak tanınırlığımı artırmak için					
Sıkıldığımda vakit geçirmemi sağlıyor					
Sevdiğim insanlardan siteye yeni fotoğraflar eklemelerini beklerim					
Görmek istediğim birçok şeyi bana sunuyor					
Kültürümü yansıtan bilgiler elde etmek için					
Dünyadaki statümü/ pozisyonu geliştirmek için					
Sosyal medyada online oyun oynayabiliyorum					
Arkadaşlarımla iletişim kurabiliyorum					
Boş zamanlarımı değerlendirmede bana çeşitli alternatifler sunuyor					
Gerçek hayattan çok daha ilginç insanlar bulabilirim					
İnsanların hakkımda daha çok bilgi sahibi olmalarını istiyorum					
Sitede fotoğrafları yer alan belli kişileri					

dostlarımla tartışırım					
Pek çok konuda fikir sahibi olmamı sağlıyor					
Gelecek hakkındaki beklentilerimi iyileştirmek					
Sosyal medya kullanmak eğlenceli bir şey					
Tanımadığım insanlarla bile iletişim kurmamı sağlıyor					
Sosyal medya kullanmaktan zevk duyuyorum					
Kendimi daha az yalnız hissetmemi sağlıyor					
İnsanlar arasında daha kolay fark edilmek /tanınmak istiyorum					
Kendimi ifade etmemi sağlıyor					
Fotoğraf albümlerini incelemek hayatımın bir parçası haline geldi					
Bir gruba aitmiş hissine kapılmak için					
Yeni/ sıra dışı fotoğraf ve video albümleri bulmak için					
Başkaları tarafından desteklenmek için					
Sosyal medyada fotoğrafları yer alan İnsanlarla ilgili bilgi bulurum					
İnsanların gözünde hoş bir izlenim oluşturmak için					
Rutin bir gün içerisinde vakit geçirmeme yardımcı oluyor					
Romantik ilişkiler geliştirmek için					
Popüler videoları ve fotoğrafları takip edebiliyorum					
Unuttuğum ya da ulaşılması güç birine ulaşmamı sağlıyor					
Sosyal medya çok canlı ve renkli					
Kendi kişilik özelliklerimi ve hobilerimi sunabiliyorum					
Bazı özel insanların fotoğraf ve video albümlerine ulaşmak için					
Yeni teknolojiyi yakalamak/ uyum sağlamak için					
Sosyal medyada farkında olmadan çok zaman harcıyabiliyorum					
Fotoğrafların düzenli olarak güncellenip güncellenmediğini kontrol ediyorum					
Arkadaşlarımla iletişimde kalmamı sağlıyor					

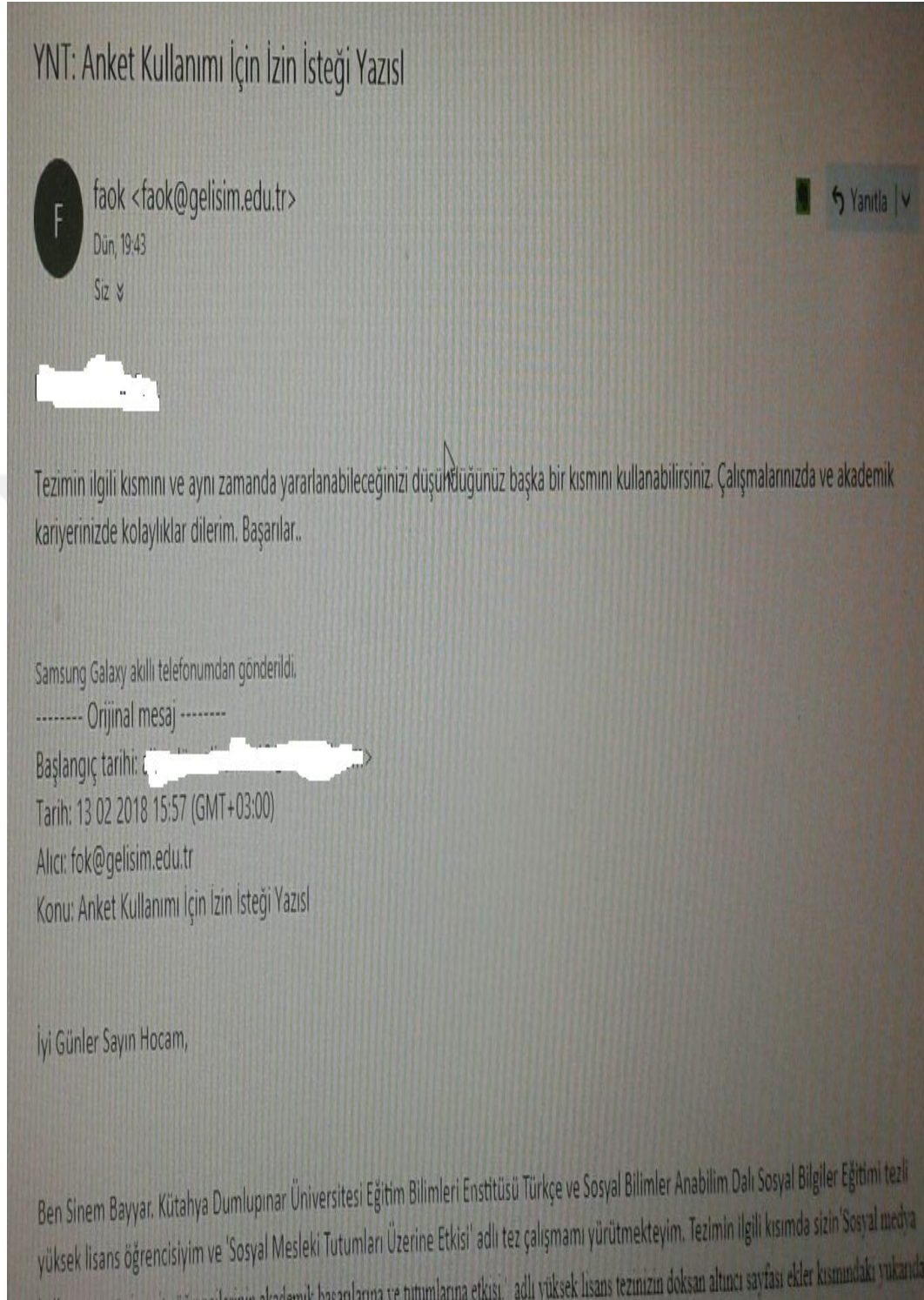
Öğretmenlik Mesleğine Yönelik Tutum Ölçeği

Öğretmenlik Mesleğine Yönelik Tutum Cümleleri		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1.	Öğretmen olma düşüncesi bile bana cazip geliyor.					
2.	<i>Öğretmenlik mesleği bana sıkıcı geliyor*.</i>					
3.	Öğretmen olmayı kendime yakıştıyorum.					
4.	Tekrar bir meslek tercihinde bulunmam söz konusu olsa yine öğretmenliği seçerdim.					
5.	<i>Öğretmenliğin bana göre bir meslek olmadığını düşünüyorum.</i>					
6.	<i>Öğretmenliğin yaşam tarzıma uygun olmadığını düşünüyorum.</i>					
7.	<i>Öğretmenliğin kişiliğime uygun olmadığını düşünüyorum.</i>					
8.	<i>Öğretmenlik mesleğini seçtiğime pişman oluyorum.</i>					
9.	Öğretmenlikte başarılı olacağıma inanıyorum.					
10.	Öğretmenlik mesleğiyle ilgili olan bu bölümü seçmiş olmaktan hoşnutum.					
11.	Öğretmenlik mesleğinde karşılaşacağım zorlukları aşabileceğime inanıyorum.					
12.	Zor şartlar altında dahi öğretmenlik yapmak isterim.					
13.	Öğretmenlik mesleğinin gereklilikleri konusunda kendime güveniyorum.					
14.	Öğretmenliğe ilişkin özel bir yeteneğim olduğu kanısındayım.					
15.	<i>Öğretmenliğin bana uygun bir meslek olmadığını düşünüyorum.</i>					
16.	Öğretmenliğin bir şeyler üretip yaratmam için bana fırsatlar vereceğini düşünüyorum.					
17.	Öğretmenliği profesyonel bir biçimde yürütebileceğime inanıyorum.					
18.	İnsanlara bilmedikleri bir şeyleri öğretecek olma düşüncesi beni mutlu ediyor.					
Öğretmenlik Mesleğine Yönelik Tutum Cümleleri		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
19.	Öğretmenlik yapan insanlara sempati duyarım.					
20.	<i>Öğretmen olacağımı düşünmek beni</i>					





	<i>korkutuyor.</i>					
21	<i>Bir meslek tercih etme durumunda olanlara öğretmenliği tavsiye etmem.</i>					
22	Öğretmen olduğumda yapabileceğim çok şey olduğunu düşünüyorum.					
23	Öğretmenliğin çalışma koşulları bana çekici geliyor.					
24	Öğretmenlik meslek bilgisi derslerinde başarılı olmayı önemserim.					
25	Öğretmenlik yapan kişilerle sohbet etmekten hoşlanırım.					
26	Eğitim, öğrenme, öğretme ve öğretmenlik konularında tartışır, konuşurum.					
27	Bilgili ve yeterli bir öğretmen olacağımı düşünüyorum.					
28	Öğretmenliğin toplumda bana saygınlık kazandıracağına inanıyorum.					
29	Halen okumakta olduğum öğretmenlik programını isteyerek seçtim.					
30	<i>Öğretmenlik mesleğinin bana sıkıntılar yaşatmasından endişe duyuyorum.</i>					
31	Öğretmenlik yaparak vereceğim eğitim aracılığıyla insanların yaşamına yön vermeyi gurur verici buluyorum.					
32	<i>Eğitim, öğrenme, öğretme, öğretmenlik konularında konuşmaktan hoşlanmam.</i>					
33	Öğretmen olduğumda çevre tarafından bana yeterli değer verileceğine inanıyorum.					
34	Öğretmenlik mesleğinin devamlılığı bana güven veriyor.					



**İtalik ve koyu yazılan maddeler ölçekteki olumsuz ifadelerdir.*


Ek-4: Ölçek Kullanma İzni




Ek-5: Ölçek Kullanma İzni

 **MEHMET ÜST...**  
Alıcı: Ben
14/02/2018 11:17 

 TUTUM_Ö...ELER.doc 73,4 KB 

, bahsi geçen ölçeği yapacağınız araştırmada kullanabilirsiniz, ancak ölçek maddelerinin derecelendirme ifadeleri ekte gönderdiğim ölçekteki gibi olmalı, hoşçakalın.

13 Subat 2018 16:07 tarihinde


Ek-6: Ölçek Kullanma İzni

Merhaba Sinem Hanım,

Tezimde uygun gördüğünüz her alanı kullanabilirsiniz. Başarılarınızın devamını diler muvaffakiyetler dilerim.
İyi çalışmalar. İyi günler.

Gönderildi: 13 Şubat 2018 Salı 12:21

Kime: abduallahbedir@hotmail.com

Konu: Anket Kullanımı İçin İzin İsteği Yazısı

İyi Günler Sayın Hocam,

Ben Sinem Bayyar. Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Türkçe ve Sosyal Bilimler Anabilim
yüksek lisans öğrencisiyim ve 'Sosyal Mesleki Tutumları Üzerine Etkisi' adlı tez çalışmamı yürütmekteyim. Tezimin
kullanımının üniversite öğrencilerinin akademik başarılarına ve tutumlarına etkisi' adlı yüksek lisans tezinizin doksan altı
Word dosyasında yer verdiğim kısmı eğer sizin de yüksek müsaadeniz olursa kullanmak istemekteyim.

Özgeçmiş

Kişisel Bilgiler

Adı soyadı : Sinem BAYYAR
Doğum tarihi : 03.09.1983
Doğum yeri : Elazığ
Medeni Hali : Evli ve 1 kız çocuğu var
Adres : Kasımpaşa Mahallesi Atatürk Bulv. Gümüşkanat Apt.
No. 95 Kat.5 Daire.17 Afyonkarahisar/Merkez
E-Posta : sinemmbayyar@gmail.com

Öğrenim Durumu

1996–1999 : Elazığ Mehmet Akif Ersoy Lisesi
2001–2005 : Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi.
Tarih Bölümü Lisans Programı
2009–2010 : Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Eğitim
Bilimleri Fakültesi Tarih Öğretmenliği
Tezsiz Yüksek Lisans.
2013–.....: Kütahya Dumlupınar Üniversitesi
Eğitim Bilimleri Enstitüsü Türkçe ve Sosyal Bilimler
Eğitimi Ana Bilim Dalı Sosyal Bilgiler Eğitimi Bilim
Dalı Tezli Yüksek Lisans.

İş Deneyimi

2005-2007 : Uğur Dershanesi/ Tarih Öğretmeni
2007-2009 : Çözüm Dershanesi /Tarih Öğretmeni
2009-2012 : Zafer Dershanesi/ Tarih Öğretmeni
2012-2015 : Son Kalem Akademi /Tarih Öğretmeni
2015-2017 : Pegem Akademi /Tarih Öğretmeni
2017-2018 : Yargı Akademi /Tarih Öğretmeni
2018-2019 : MSA Kampüs Eğitim Kurumları /Eğitim Koordinatörü
2019-... : İhsaniye Anadolu İmam Hatip Lisesi /Tarih Öğretmeni