

ÖĞRETMEN ADAYLARININ SOSYAL MEDYA KULLANIMLARININ DEĞERLER AÇISINDAN İNCELENMESİ

Yasemin BÜYÜKŞAHİN*

Tuğba ECEVİT**

ÖZET: Milli Eğitim Bakanlığınca belirlenen 32 maddelik iyi bir öğretmenin özelliklerine göre öğretmen sevgi, saygı, sorumluluk, adalet, yardımseverlik, doğruluk-dürüstlük, güven, özgüven, hoşgörü, alçakgönüllülük, empati, kanaatkarlık, çalışkanlık ve sabır özelliklerini taşıyan kişidir (MEB,2012). Öğretmenin sahip olduğu bu değerler eğitim öğretim sürecinde formal ve ya informal yollarla öğrenciye aktarılacaktır. Bu nedenle değerler eğitiminde ilk aşama bu eğitimi verecek olan öğretmenlerimizin sahip oldukları değerleri kuvvetlendirmek olmalıdır. Bu çalışma ülkemizde eğitim fakültelerinde öğretim gören öğrencilerin sahip oldukları değerleri sosyal medya kullanımları üzerinden tespit etmeyi amaçlamaktadır. Sosyal medya bilginin kolaylıkla ulaşıldığı, kullanıcılarının aktif bir biçimde sahip oldukları her şeyi paylaşabildikleri bir platformdur (Babacan, Haşlak ve Hira, 2011). Bu nedenle kişilerin değer tespiti için sosyal medya paylaştıkları söylemlerinin nitel araştırma türlerinden söylem analiziyle incelenmesi düşünülmüştür. Çalışma grubu eğitim fakültesinde öğrenim gören 20 öğrenciden oluşmaktadır. Bulgular araştırmacılar tarafından hazırlanan değerler rubriğine göre kategorileştirilmiş hazırlanan ölçek için uzman görüşü alınmıştır. Çalışmanın geçerlik ve güvenilirliği kodlayıcılar arası uyum ile %87 olarak tespit edilmiştir. Yordanan 23 değere katılımcılar şu sırada önem vermektedirler: sevgi, mutluluk, özgüven, güven, dostluk, duyarlılık, iyi niyet, saygı, sorumluluk, adalet, doğruluk-dürüstlük, ulusal değerler, fedakarlık, çalışkanlık, teşekkür-takdir, özeleştir, empati, sabır, kanaatkarlık, yardımseverlik, alçakgönüllülük, sağlık, hoşgörü. Yapılan çalışmalarda (Oğuz, 2012; Şen & Erişen, 2002; Yazıcı, 2006) en önemli öğretmen özellikleri arasında sabır, hoşgörü ve sevgi bulunduğu düşünüldüğünde öğretmen adaylarına sabır ve hoşgörü değerlerinde eğitimler düzenlenmesi önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Değerler eğitimi, öğretmen adayları, söylem analizi, sosyal medya

INVESTIGATION OF TEACHER CANDIDATES' SOCIAL MEDIA USE IN TERMS OF VALUES

ABSTRACT: Teacher features is determined by the National Ministry of Education with 32-point. A good teacher carry the features love, respect, responsibility, justice, charity, truth-honesty, trust, self-confidence, tolerance, humility, empathy, thriftily, the person diligence and patience(MEB,2012). This values will be given in the education process with formal and informal ways. Therefore, the first step in values education should be to strengthen the values that our teachers have. This study is aims to identify the value possessed by students teaching in faculties of education through the use of social media. Social media where information easily accessible is a platform where the users can share everything they have in an active form (Babacan, Haşlak and Hira, 2011). Therefore, to determine the value of the person is considered to examine their sharing social media discourses with discourse analysis the type of the qualitative research. The study group consisted of 20 students studying in faculty of education. Results were categorized according to the values rubrig prepared by the researchers and expert opinion was obtained for the scale. The study validity and reliability were determined with the harmony between coders as 87%.The predicting 23 values, participants emphasis in the following order: love, happiness, confidence, trust, friendship, sensitivity, goodwill, respect, responsibility, justice, truth-honesty, national values, altruism, hard work, thank-appreciation, self-criticism, empathy, patience , thriftily, charity, humility, health, tolerance. The studies among the most important features of teachers has found; patience, tolerance and love(Oğuz, 2012; Şen & Erişen, 2002; Yazıcı, 2006). Therefore is recommended that arranging teachers training in tolerance and patience values.

Keywords: Values education, teacher candidates, discourse analysis, social media.

GİRİŞ

Toplum içerisinde farklı dinamik yapıları bulunduran bir varlıktır. Bu gelişen, değişen dev yapıyı oluşturan en önemli etmen de insanoğludur. Birlikte olma ve ait olma duyguları insanları toplum içerisinde bulunmaya iter. Var olunan toplumda yaşam aynı zamanda farklı sorumlulukları da beraberinde getirir. Bu

* Araştırma Görevlisi, Bartın Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, ybuyuksahin@bartin.edu.tr

** Doktora Öğrencisi, Hacettepe Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, tubaecevit@hacettepe.edu.tr

sorumluluklardan belki de en önemlisi de diğer varlıklarla iletişim kurmaktır. Kısaca iletişim toplumu bir arada tutan kalın bir bağıdır. Anlatılmak istenenin karşındaki insana doğru biçimde sunumu olan iletişim bu işleviyle insanoğlunun birlikte olma duygusunu perçinler (Cüceloğlu,2003). İnsanoğlu iletişim kanalını yüzyıllardır farklı yollarla kullanmışlardır. Pers imparatorluğunda milattan önce 550'li yıllarda başlayan ilk iletişim kanalı olan posta günümüzde teknolojik değişimler yaşamıştır. Günümüzde posta dijital ve kitlesel boyut kazanmıştır. Kitlesel olmasının yanı sıra kendi içerisinde farklı ağlar oluşturan teknolojik posta sistemi Web 2.0 denilen akımla kullanıcının hem diğer kullanıcılar hem de tüm ağla iletişim kurmasına olanak sağlamıştır.

Sosyal medya nedir?

Bireylerin belirlenmiş sınırlar içerisinde bireysel sayfalar geliştirdiği ve kendi isteğiyle tespit ettiği çevresiyle paylaşımlarda bulunduğu sanal web tabanlı hizmetlerdir. Bu ağlar kişilerin istekleri doğrultusunda yeni bireyler tanımak ya da var olan arkadaşlarıyla iletişim kurmak gibi amaçlarla kullanılabilir. Sosyal ağlar Web 2.0 uygulamasıyla paylaşımın açık alanlara dönüştüğünden bu durumdan sadece bireyler değil şirketler ve topluma hitap etmek isteyen kuruluşlar da faydalanmaya başlamıştır. Bu durum sosyal medya ağlarının genişlemesine neden olsa da hala dünya çapında en çok kullanılan site olan facebook kurucu ağıdır. Alexa istatistiklerine göre Facebook, 31 Ağustos 2014 itibarıyla; Dünya'nın en fazla ziyaret edilen 2. sitesidir. Bunun yanı sıra; Mısır'ın en fazla ziyaret edilen sitesi; ABD, Avustralya, Türkiye, Panama ve Norveç'in 2. en fazla ziyaret edilen sitesi, Kanada, Güney Afrika, Birleşik Krallık ve İsveç'in 3. en fazla ziyaret edilen sitesidir.

Alexa istatistiklerine göre kullanıcı ortalamasını daha fazla kadınların oluşturduğu bu ağa rağbet daha çok üniversite ve yüksek lisans düzeyindeki kişilerden olmaktadır. Kullanıcılar daha yoğun olarak okul ağlarından facebook profillerine göz atmaktadır.

Şu anda 1 milyardan fazla kullanıcısı olan Facebook'un kuruluşunda 4 Şubat 2004 tarihinde Harvard Üniversitesi 2006 devresi öğrencisi Mark Zuckerberg, öncelikle Harvard öğrencileri arasında iletişim kurmayı amaçlamıştır. Bu ağ hızla genişlemiş ve kısa sürede tüm dünyayı sarmıştır.

Yıldız, Sarıtepe ve Özkaynar (2013)'in 627 üniversite öğrencisiyle yaptıkları bir çalışmada facebook kullanım amaçları arasında sırasıyla aşağıdaki sebepler gelmektedir:

- Arkadaşlarını takip etmek
- Paylaşımında bulunmak
- Zaman geçirmek
- Profilini güncellemek
- Sohbet etmek
- Yeni arkadaşlar bulmak
- Dünyadaki gelişmelerden haberdar olmak
- Oyun oynamak

Bu sebeplerden de anlaşılacağı üzere insanlar sosyal hayatlarını artık sosyal medya kullanımları vasıtasıyla yaşamaktadırlar. Yapılan paylaşımlarla tüm çevrelerine dünya gündemine dair düşüncelerini yansıtmaktadırlar. Kişinin bu paylaşımlarda gösterdiği sürekli davranışlara yön veren tutum ve inançlarının bütünü sahip olduğu değerleri göstermektedir. Değerler toplumun yazılı olmayan kanunlarıdır. Formal ya da informal yollarla aktarılan değerler varlıklarıyla toplum hayatını düzenlerler. Değerler, kültürel bilgidir. Değerler ya zamanla kaybolurlar ya da bir sonraki nesle aktarılarak yıllarca devam ettirilirlir, bu olay değerlerin içselleştirilmesine ve genel kabul görmesine bağlıdır. (Gudmundsdottir, 1991'den akt., Oğuz,2012). Değerler toplumdaki topluma değişiklik gösterilir fakat dürüstlük, adalet, sevgi, saygı, yardımseverlik, çalışkanlık, cesaret, nezaket gibi değerler tüm dünyada takdir ve teşekkür görür.

Değerler, çocukluktan itibaren sosyal davranışlar biçiminde algılanmaktadır. Bunlara bağlı olarak, sosyal kurullarla veya normlarla yaşanan çatışmalar, kişide bilinçli ya da bilinçsiz bir biçimde değer yargılarının oluşmasına yol açmaktadır. Yani değerler doğrudan veya dolaylı olarak insanların davranışlarına yön vermektedir. Değerler; kişiler arası etkileşimden, aileden ve diğer toplumsal etkilerden gözlemlenerek öğrenilir (Bishop, 1993' den akt., Yazıcı, 2006).

Öğretmenler günlük ortalama 6 saat öğrenciyle birlikte dirler. İlköğretim çağında bir çocuğun günlük 10 saat uyuduğu ve 2 saat ihtiyaçlarını giderdiği göz önüne alındığında geriye kalan vaktin yarısını öğretmenle geçirmektedir. Bu nedenle öğretmen değerler eğitiminde öğrencilere yardım edebilecek şansa sahip kişidir (Suh & Traiger,1999).

Bu sebeple Milli Eğitim Bakanlığı da değerlerin öğretimini önemseyerek program dâhiline almışlardır. MEB (2005) Sosyal Bilgiler Öğretim Programında değerler özellikleri aşağıdaki gibi verilmiştir.

- Değerler toplum ya da bireyler tarafından benimsenen birleştirici olgulardır.
- Toplumun sosyal ihtiyaçlarını karşıladığına ve bireylerin iyiliği için olduğuna inanılan ölçütlerdir.
- Sadece bilinç değil duygu ve heyecanları da ilgilendiren yargılardır.
- Değerler bireyin bilincinde yer alan ve davranışı yönlendiren güdülerdir.
- Değerlerin normlardan farkı normlardan daha genel ve soyut nitelik taşımasıdır. Değer normu da içerir.

Öğretim programlarında kazandırılması vurgulanan değerler program uygulayıcıları olan öğretmenlerin ellerinde şekil bulmaktadır. Bir öğretmen iyi bir model olabilmek için kazandırması gereken özellikleri kendisi de taşımaktadır. Erişen ve Şen (2002)'ye göre etkili öğretmenler girişken, dostça davranan, sabırlı, hassas, iyi huylu, neşeli ve öğrencilerine arkadaşça davranan öğretmenlerdir. MEB tarafından belirlenen 32 maddelik iyi bir öğretmenin özelliklerine göre öğretmen sevgi, saygı, sorumluluk, adalet, yardımseverlik, doğruluk-dürüstlük, güven, özgüven, hoşgörü, alçakgönüllülük, empati, kanaatkarlık, çalışkanlık ve sabır özelliklerini taşıyandır (MEB,2012). Toplumların aydın kesimlerinin önemli bir bölümünü oluşturan öğretmen adayları ve öğretmenler, içinde yaşadıkları dünyanın bugünü ve yarınlarının şekillenmesinde yadsınamaz bir etkiye sahiptirler.

Öğretmenin sahip olduğu bu değerler eğitim öğretim sürecinde formal ve ya informal yollarla öğrenciye aktarılacaktır. Bu nedenle değerler eğitiminde ilk aşama bu eğitimi verecek olan öğretmenimizin sahip oldukları değerleri kuvvetlendirmek olmalıdır. Bu çalışma ülkemizde eğitim fakültelerinde öğretim gören öğrencilerin sahip oldukları değerleri sosyal medya kullanıcıları üzerinden tespit etmeyi amaçlamaktadır.

YÖNTEM

Araştırmanın Deseni

Öğretmen adaylarının değerlerini tespit etmek amacıyla bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden söylem analizi kullanılmıştır. Söylem analizi, dilin sözcük üzerinde ve bağlam içerisinde incelenmesidir. Bu inceleme, iletişimin içeriğinin çözümlenmesidir. Söylem analizi, bireylerin başkaları ile sohbet ederken (yazılı, sözlü veya sözsüz) meydana gelen özneler arası zihin bileşenleri üzerine odaklanan bir sosyal tekniktir (Elliot, 1996). Söylem analizinin amacı, anlamlandırma ve yorumlama yapmaktır. Söylem, sosyal yapının bir parçasıdır. Söylem vasıtasıyla toplumda hâkim olan semboller ve anlamlar arasında ilişki kurulur. Toplumlardaki hâkim olan konular, olaylar ve olgular üzerinde nasıl düşünüleceği ya da iletişim kurulabileceği söylem analiziyle anlamlandırılır (Potter, 1996; Akt: Ecevit ve Çakmacı, 2015). Söylem bir meta-eylemdir ve ideoloji, bilgi, diyalog, anlatım, beyan tarzı, müzakere, güç ve gücün mübadelesiyle eyleme dönüşen dil pratiklerine ilişkin süreç/lerdir. Söylem sosyal, siyasi, kültürel, ekonomik alanlar gibi, sosyal hayatın tüm yönleri ile ilişkilidir (Sözen, 1999).

Sosyal medya bilginin kolaylıkla ulaşıldığı, kullanıcılarının aktif bir biçimde sahip oldukları her şeyi paylaşabildikleri bir platformdur (Babacan, Haşlak ve Hira, 2011). Bu nedenle öğretmen adaylarının sosyal medya/Facebook paylaşımlarındaki söylemlerin incelenmesi amaçlanmıştır.

Çalışma Grubu

Araştırmanın örneklemini Eğitim Fakültesinde öğrenim gören 20 öğrenci oluşmaktadır. Katılımcıların belirlenmesinde; araştırmacılar ilgili öğrenci gruplarına sosyal medya üzerinden çalışma hakkında ön bilgi vermiştir ve gönüllü olan öğrenciler araştırmanın örneklemine dâhil edilmiştir. Etik değerlere uygunluk açısından öğrenciler sosyal medya üzerinden yazılı olarak gönüllü olduklarını, facebook paylaşımların incelenmesine izin verdiklerini belirtmişlerdir. Bu öğrencilerin 12 si bayan 8 i erkektir.

Veri Toplama Aracı

Araştırmada veri toplama aracı olarak uzman görüşü alınarak hazırlanan değerler rubriği kullanılmıştır. Rubrikte yer alacak olan değerler MEB 2012 yılında yayınladığı iyi bir öğretmen özelliklerinden ve değerler eğitim listelerinden sıklıkla kullanılanlardan seçilmiştir.

Verilerin Analizi

Hazırlanan değerler rubriğine göre gönüllü 20 öğrencinin facebook paylaşımları söylem analizi tekniğiyle derinlemesine incelenmiştir. Verilerin toplanmasında güncel olaylar paylaşımları etkilediği için belirli tarihten başlanılarak geriye doğru gidilmiştir. Her öğrencinin son paylaşımı aynı tarihtedir fakat paylaşım sayıları eşit olması istendiğinden ilk tarihleri farklılıklar göstermektedir. Çünkü her birey farklı sıklıkta paylaşımlarda

bulunmaktadır. Yaklaşık olarak her bireyin 30 adet paylaşımı incelenmiştir. Sonuçlar grafik, frekans ve yüzde tablosu kullanılarak betimsel biçimde sunulmuştur.

Güvenirlilik, Geçerlik ve Etik

Araştırma sonuçlarının güvenirliliği için elde edilen verilerin kodlanması iki araştırmacı tarafından yapılmıştır ve kodlayıcılar arasındaki uyum için Miles ve Hubberman'ın (1984) formülü kullanılmıştır. Kodlayıcılar arasındaki yüzde uyum % 87 olarak hesaplanmıştır. Bu değer % 70'in üzerinde olması kodlayıcılar arasında uyum olduğunu göstermektedir (Miles ve Hubberman, 1984).

Nitel araştırmada geçerlik ve güvenirlilik konusu gibi etik de sık tartışılan bir konudur (Brinkmann ve Kvale, 2005). Bogdan ve Biklen (1998), insanı konu alan araştırmalarda en önemli etik uygulamasının bireylerin araştırmaya gönüllü olarak katılması olduğunu belirtmiştir.

BULGULAR VE YORUMLAR

Tablo 1. Sevgi değer ifadesi içeren paylaşımların cinsiyet ve paylaşım şekline göre dağılımı

Öğrencilerin belirli miktardaki paylaşımlarında tespit edilen 1783 değer ifadesinin % 17,6'sını sevgi değeri oluşturmaktadır. Kadın öğrencilerin yaptıkları değer ifadesi paylaşımları arasında sevgi %18,9'luk bir payı oluşturmaktadır. Erkek öğrencilerin ise toplam oranları %15,6'dır. Kadın öğrencilerin erkek öğrencilere nazaran daha fazla sevgiye değindikleri tespit edilmiştir. Öğrencilerin bu değer ifadelerindeki yoğun paylaşımları hayatlarında her şeyin temeli olarak sevgiyi alan olumlu bakış açısına sahip bireyler olmaları olarak yorumlanabilir. Tablo 1'de cinsiyete ve paylaşım şekline göre frekans dağılımları sunulmuştur.

Kadın katılımcılardan B.V. *“Keşke cemreler yüreklere düşse... birinci sevgi, ikinci merhamet, üçüncü huzur...”* sözüyle sevgiye verdiği önemi anlatırken bu değer tüm insanlığa yayılması isteğini de ifade etmiştir. Kadın katılımcılardan H.K. *“Herşey sende gizli, sevildiğin kadar sevilirsin.”* ifadesiyle sevgiye verdiği önemi anlatmaktadır.

SEVGİ	Fotoğraf ile ifade	Kendi Metniyle ifade	Haber metniyle ifade	Video ile ifade	Toplam Frekans
Kadın	131	42	6	26	205
Erkek	58	37	1	14	110
Toplam	189	79	7	40	315

Erkek katılımcılardan H.B. ise bu konudaki düşünceleri şu şekilde ifade etmiştir: *“Ne zaman kaybedersin elindekini, o zaman sevmeye başlarsın. İnsan hayatta iki şeyi sever zaten; kaybettiklerini ve kazanmak istediklerini.”*

Tablo 2. Mutluluk değer ifadesi içeren paylaşımların cinsiyet ve paylaşım şekline göre dağılımı

MUTLULUK	Fotoğraf ile ifade	Kendi Metniyle ifade	Haber metniyle ifade	Video ile ifade	Toplam Frekans
Kadın	96	28	-	12	136
Erkek	56	18	-	2	76
Toplam	152	46	-	14	212

Sevgi değerinin ardından en yoğun paylaşılma oranına sahip olan mutluluk değeri tüm ifadeler arasında %11,8'lik orana sahiptir. Kadın öğrenciler arasında %12,5 oranında mutluluk paylaşımları yapılırken erkek öğrenciler arasında bu oran %10,8'dir. Kadınların mutluluk değerine erkeklerden daha fazla önem vererek daha çok paylaşım yaptıkları tespit edilmiştir. Öğrencilerin sevgiden sonra mutluluğa önem vermeleri hayatlarına pozitif yorumlar yapılabilmesini sağlamaktadır. Tablo 2'de cinsiyete ve paylaşım şekline göre frekans dağılımları sunulmuştur.

Erkek katılımcılardan E.A bu konudaki duygularını şu şekilde dile getirmiştir. *“Yeni yılın hepimize sağlık, kardeşlik, huzur, adalet ve mutluluk getirmesi dilekleriyle iyi yıllar..”* Kadın katılımcılardan M.G mutluluğa

dair düşüncelerini şu şekilde ifade etmiştir: “*Stresten kurtulmak için hayatınızdaki fazlalıkları atın; fazla kilo, fazla insan, fazla sevgi, fazla öfke, fazla hırs.*”

Tablo 3. Özgüven değer ifadesi içeren paylaşımların cinsiyet ve paylaşım şekline göre dağılımı

ÖZGÜVEN	Fotoğraf ile ifade	Kendi Metniyle ifade	Haber metniyle ifade	Video ile ifade	Toplam Frekans
Kadın	89	7	-	4	100
Erkek	58	9	-	2	69
Toplam	137	16	-	6	169

Kendine güvenen bireyler başarı yolunda daha kararlı adımlar atabilmektedirler. Bu güven onlarda cesaret duygusunu perçinlemekte ve ileri atılmalarını kolaylaştırmaktadır. Çalışma grubunun %9,4 oranla özgüven sahibi bireyler oldukları tespit edilmiştir. Cinsiyetler oranlandığında birbirine yakın olan paylaşım oranları özgüven konusunda yaşanan eşitliği ortaya koymaktadır. Tablo 3’te cinsiyete ve paylaşım şekline göre frekans dağılımları sunulmuştur.

Meslek becerilerinde özgüven sahibi olan katılımcılarımızdan Ö.G. bu konuda duygularını şöyle ifade etmektedir: “*Açtığı bilgi yolu, AYDINLIĞA UZANIR, Bilgiyle kucaklaşan, kaybetmez hep kazanır... Unutulmayacak öğretmenler olarak günümüz kutlu olsun...*” Ayrıca katılımcılar paylaştıkları fotoğraflar vasıtasıyla özgüven duygularını göstermektedirler.

Tablo 4. Güven değer ifadesi içeren paylaşımların cinsiyet ve paylaşım şekline göre dağılımı

GÜVEN	Fotoğraf ile ifade	Kendi Metniyle ifade	Haber metniyle ifade	Video ile ifade	Toplam Frekans
Kadın	66	15	4	6	91
Erkek	24	11	-	3	38
Toplam	90	26	4	11	129

Çalışma grubundaki öğrenciler % 7.2’lik bir oranla güven konusunda paylaşımlarda bulunmuşlardır. Kadınların paylaşımlarının % 8,4’ünü güven değeri oluştururken erkeklerin % 5.4’ünü oluşturmaktadır. Kadınların güven duygusuna verdikleri önem hassasiyetlerini ortaya koymaktadır. Özellikle çalışma zamanı kapsamında yaşanan kadın taciz- tecavüz ve cinayetleri tüm öğrencilerin güven ve adalet değerine vurgu yapan paylaşımlar yapmalarına neden olmuştur. Tablo 4’te cinsiyete ve paylaşım şekline göre frekans dağılımları sunulmuştur.

Erkek katılımcılardan E.A. bu konuda duygularını şöyle dile getirmiştir: “*Artık otobüslerde dolmuşlarda tek kadın kaldıysa o kadın güven içerisinde inene kadar inmeme erkeklik adına yapabileceğimiz en güzel şey olur.*” Kadın katılımcılardan B.V. bu konuda duygularını şu şekilde ifade etmiştir. “*Kadın olmak bu ülkede zor! #özgecanaslan*”

Tablo 5. Dostluk değer ifadesi içeren paylaşımların cinsiyet ve paylaşım şekline göre dağılımı

DOSTLUK	Fotoğraf ile ifade	Kendi Metniyle ifade	Haber metniyle ifade	Video ile ifade	Toplam Frekans
Kadın	42	22	-	4	68
Erkek	40	10	-	4	54
Toplam	82	32	-	8	122

Erikson’un psikososyal kuramına göre genç yetişkinlik döneminde olan 19-23 yaş aralığındaki katılımcılarımız 5.sırada dostluğa önem vermektedirler. Erikson kuramında bu dönemde dostluğun öneminden bahsetmektedir. Dönemden içerisinde kişinin üretkenliğinin sekteye uğramaması için dostluk ilişkilerinin kuvvetliliği önem taşımaktadır. Bu nedenle eşit sayılabilecek oranlarda Kadın ve erkek katılımcıların paylaşımları doğaldır. Tablo 5’te cinsiyete ve paylaşım şekline göre frekans dağılımları sunulmuştur.

Erkek katılımcılardan E.A dostluk ile ilgili düşüncelerini şu şekilde ifade etmiştir. “*Nerde bir türkü söyleyen görürsen korkma yanına otur. Çünkü kötü insanların türküleri yoktur!...*” Kadın katılımcılardan M.A dostluk ile ilgili düşünceleri “*Dost gibisi yokmuş*” ifadesiyle Fotoğraf paylaşarak ifade etmiştir. Kadın katılımcılardan M.G “*Arkadaşlar lokumlarımızı hazırlıyorum, tatil dönüşü afiyetle yeriz :):*” ifadesiyle dostluğa dair paylaşımında bulunmuştur.

Tablo 6. Duyarlılık değer ifadesi içeren paylaşımların cinsiyet ve paylaşım şekline göre dağılımı

DUYARLILIK	Fotoğraf ile ifade	Kendi Metniyle ifade	Haber metniyle ifade	Video ile ifade	Toplam Frekans
Kadın	14	16	14	8	52
Erkek	14	16	2	6	38
Toplam	28	32	16	14	90

Tüm değer ifadeleri arasında % 5,04'lük oranla 6.sırada duyarlılık gelmektedir. Her ne kadar sayı olarak Kadınların paylaşımlarında üstünlük olsa da sayıya oranlandığında erkekler kendi paylaşımlarının % 5,4'ünü duyarlılığa ayırırken Kadınlarda bu oran %4,8'dir. Oranlar birbirine yakın olsa da erkek katılımcılar Kadınlardan daha fazla duyarlılık konusunda paylaşımlarda bulunmuşlardır. Tablo 6'da cinsiyete ve paylaşım şekline göre frekans dağılımları sunulmuştur.

Tablo 7. İyi niyet değer ifadesi içeren paylaşımların cinsiyet ve paylaşım şekline göre dağılımı

İYİ NİYET	Fotoğraf ile ifade	Kendi Metniyle ifade	Haber metniyle ifade	Video ile ifade	Toplam Frekans
Kadın	26	22	4	-	52
Erkek	4	20	2	8	34
Toplam	30	42	6	8	86

Türk Dil Kurumuna göre “herhangi bir kimse veya konuda hiçbir kötü düşünce beslememe, hüsnüniyet” anlamına gelen iyi niyet paylaşımlarda %4,8'lik bir orana sahiptir. Cinsiyet toplam sayılarına göre oranlandığında bu değer içerikli aynı oranda (%4,8) paylaşım yapılmıştır. Tablo 7'de cinsiyete ve paylaşım şekline göre frekans dağılımları sunulmuştur.

Kadın katılımcılardan M.G. bu konudaki düşünceleri şu şekilde ifade etmiştir: “*Bayramlar ömür defterinin arasına konmuş gül yapraklarına benzer. Sevinci, neşeyi, özlemi hatırlatır. Bu mübarek günde istediğiniz her şeyin gerçekleşmesi dileğiyle...KURBAN BAYRAMINIZ KUTLU OLSUN...:-:-)*”

Tablo 8. Saygı değer ifadesi içeren paylaşımların cinsiyet ve paylaşım şekline göre dağılımı

SAYGI	Fotoğraf ile ifade	Kendi Metniyle ifade	Haber metniyle ifade	Video ile ifade	Toplam Frekans
Kadın	11	12	9	8	40
Erkek	7	20	-	8	35
Toplam	18	32	9	16	75

Tüm değer ifadeleri arasında % 4,20'lik oranla 8.sırada saygı yer almaktadır. Kadınların paylaşımları % 3,70'i saygı ifadeleri içerirken, erkek öğrencilerin paylaşımlarının % 4,99'ü saygı ifadeleri içermektedir. Tablo 8'de cinsiyete ve paylaşım şekline göre frekans dağılımları sunulmuştur.

Tablo 9. Sorumluluk değer ifadesi içeren paylaşımların cinsiyet ve paylaşım şekline göre dağılımı

SORUMLULUK	Fotoğraf ile ifade	Kendi Metniyle ifade	Haber metniyle ifade	Video ile ifade	Toplam Frekans
Kadın	9	7	15	8	39
Erkek	7	19	4	6	36
Toplam	16	26	19	14	75

Çalışma grubundaki öğrenciler % 4,20'lik bir oranla sorumluluk konusunda paylaşımlarda bulunmuşlardır. Saygı ve sorumluluk değerinin yüzde oranların aynı olduğu görülmektedir. Saygı duygusu beraberinde sorumluluk duygusunun getirdiği şekilde yorumlanabilir. Kadın öğrencilerin % 3,60'i paylaşımlarında sorumluluk ifadelerine yer verirken, erkeklerin ise % 5, 14'ü sorumluluk ifadesi içeren

paylaşımlarda bulunmuşlardır. Erkek öğrencilerin saygı ve sorumluluk değerini ifade etme yüzdeleri Kadın öğrencilerden daha fazla olduğu görülmektedir. Tablo 9’da cinsiyete ve paylaşım şekline göre frekans dağılımları sunulmuştur.

Tablo 10. Adalet değer ifadesi içeren paylaşımların cinsiyet ve paylaşım şekline göre dağılımı

ADALET	Fotoğraf ile ifade	Kendi Metniyle ifade	Haber metniyle ifade	Video ile ifade	Toplam Frekans
Kadın	6	11	13	5	35
Erkek	8	14	5	2	29
Toplam	14	25	18	7	64

Tüm değerler ifadeleri arasında % 3, 59’lük oranla 10.sırada adalet yer almaktadır. Kadın öğrencilerin % 3, 23’ ü, erkek öğrencilerinse % 4,13’ü sosyal medya paylaşımlarında adalet duygusuna yer vermişlerdir. Erkek öğrencilerin Kadın öğrencilere nazaran daha fazla saygı, sorumluluk ve adalet değerlerine değindikleri tespit edilmiştir. Tablo 10’da cinsiyete ve paylaşım şekline göre frekans dağılımları sunulmuştur.

Tablo 11. Özeleştirici değer ifadesi içeren paylaşımların cinsiyet ve paylaşım şekline göre dağılımı

ÖZELEŞTİRİ	Fotoğraf ile ifade	Kendi Metniyle ifade	Haber metniyle ifade	Video ile ifade	Toplam Frekans
Kadın	4	16	4	-	24
Erkek	2	28	-	2	32
Toplam	6	44	4	2	56

Çalışma grubundaki öğrenciler % 3,14’lük oranla özeleştirici konusunda paylaşımlarda bulunmuşlardır. Tablo 11’de görüldüğü gibi erkek öğrencilerin Kadın öğrencilere nazaran daha fazla özeleştirici bulunduğu tespit edilmiştir. Erkek ve Kadın öğrenciler daha çok kendi ifadeleriyle özeleştirici içeren paylaşımlarda bulunmuşlardır.

Tablo 12. Doğruluk- Dürüstlük değer ifadesi içeren paylaşımların cinsiyet ve paylaşım şekline göre dağılımı

DOĞRULUK DÜRÜSTLÜK	Fotoğraf ile ifade	Kendi Metniyle ifade	Haber metniyle ifade	Video ile ifade	Toplam Frekans
Kadın	1	20	6	5	32
Erkek	2	15	1	4	22
Toplam	3	35	7	9	54

Tüm değerler ifadeleri arasında % 3,02’lik oranla 12.sırada doğruluk-dürüstlük yer almaktadır. Kadın öğrencilerin % 2,96’si, erkek öğrencilerinse % 3,13’ü sosyal medya paylaşımlarında doğruluk-dürüstlük değeri içeren ifadelerle yer vermişlerdir. Yine erkek öğrencilerin Kadın öğrencilerden daha fazla doğruluk-dürüstlük içeren paylaşımlarda bulunduğu tespit edilmiştir. Tablo 12’de cinsiyete ve paylaşım şekillerine göre frekansları sunulmuştur.

Tablo 13. Ulusal değer ifadeleri içeren paylaşımların cinsiyet ve paylaşım şekline göre dağılımı

ULUSAL DEĞERLER	Fotoğraf ile ifade	Kendi Metniyle ifade	Haber metniyle ifade	Video ile ifade	Toplam Frekans
Kadın	8	18	6	0	32
Erkek	4	10	0	0	14
Toplam	12	28	6	0	46

Çalışma grubundaki öğrenciler % 2,58’lik oranla ulusal değer içeren paylaşımlarda bulunmuşlardır. Kadın öğrencilerin %2,96’si ulusal değer içerikli paylaşımlarda bulunurken, erkek öğrencilerin ise % 1,99’ü ulusal değer içerikli paylaşımlarda bulunduğu tespit edilmiştir. Tablo 13’te cinsiyete ve paylaşım şekline göre frekansları

sunulmuştur. Tablo 13'te görüldüğü gibi öğrencilerin daha çok kendi ifadeleriyle paylaşımda buldukları belirlenmiştir.

Kadın katılımcılardan A.Ç bu konuda duygularını şu şekilde ifade etmiştir. *“Hakkıdır, hür yaşamış, bayrağımın hürriyet; Hakkıdır, Hakk'a tapan, milletimin istiklal. Allah Bu Millete Bir Daha İstiklal Marşı Yazdırmasın. M. Akif Ersoy”* Ayrıca, *“Ne mutlu TÜRKÜM diyene!”*

Tablo 14. Fedakârlık değer ifadesi içeren paylaşımların cinsiyet ve paylaşım şekline göre dağılımı

FEDAKÂRLIK	Fotoğraf ile ifade	Kendi Metniyle ifade	Haber metniyle ifade	Video ile ifade	Toplam Frekans
Kadın	2	18	6	2	28
Erkek	6	10	-	-	16
Toplam	8	28	6	2	44

Tüm değerler ifadeleri arasında % 2,46'lık oranla 14.sırada fedakârlık değeri yer almaktadır. Kadın öğrencilerin % 2,59'si, erkek öğrencilerinse % 2,28'i sosyal medya paylaşımlarında fedakârlık değeri içeren ifadelerle yer verdiği görülmektedir. Kadın öğrencilerin yüzdeleri daha fazla olmasını annelik duygularından kaynaklandığı düşünülebilir. Tablo 14'te cinsiyete ve paylaşım şekillerine göre frekansları sunulmuştur.

Tablo 15. Teşekkür-Takdir değer ifadesi içeren paylaşımların cinsiyet ve paylaşım şekline göre dağılımı

TEŞEKKÜR TAKDİR	Fotoğraf ile ifade	Kendi Metniyle ifade	Haber metniyle ifade	Video ile ifade	Toplam Frekans
Kadın	12	8	-	4	24
Erkek	4	10	-	2	16
Toplam	16	18	-	6	40

Çalışma grubundaki öğrenciler % 2,24'lik oranla takdir-teşekkür değer ifadesi içeren paylaşımlarda bulunmuşlardır. Kadın öğrencilerin %2,21'i takdir-teşekkür içerikli paylaşımlarda bulunurken, erkek öğrencilerin ise % 2,28'i takdir-teşekkür içerikli paylaşımlarda bulunduğu tespit edilmiştir. Tablo 15'te cinsiyete ve paylaşım şekline göre frekansları sunulmuştur.

Kadın katılımcılardan H.K bu konudaki düşüncelerini şu şekilde ifade etmiştir. *“İnsan, ağaç dikmeyince meyve vermesini bekleyemez. Her yıl yeni yeni ağaçlar diken sevgili Öğretmenlerimin, Öğretmenler gününü kutluyorum. Allah saygıya değer Öğretmenleri başımızdan eksik etmesin.”* ve ayrıca *“Doğum günümü kutlamak için beni arayan,ileti gönderen, sosyal paylaşım sitesinden ulaşan Canlarıma, Dostlarıma, Arkadaşlarıma ve Saygı değer Öğretmenlerime çok teşekkür ederim. Benim için çifte bayram oldu. Hepinizi çok seviyorum iyi ki varsınız. Herkese iyi bayramlar...”*

Tablo 16. Sabır değer ifadesi içeren paylaşımların cinsiyet ve paylaşım şekline göre dağılımı

SABIR	Fotoğraf ile ifade	Kendi Metniyle ifade	Haber metniyle ifade	Video ile ifade	Toplam Frekans
Kadın	4	8	6	3	21
Erkek	1	14	-	3	18
Toplam	5	22	6	6	39

Tüm değerler ifadeleri arasında % 2,18'lik oranla 16.sırada sabır değeri yer almaktadır. Kadın öğrencilerin % 1,94'ü, erkek öğrencilerinse % 2,57'si sosyal medya paylaşımlarında sabır değeri içeren ifadelerle yer verdiği görülmektedir. Tablo 16'da cinsiyete ve paylaşım şekillerine göre frekansları sunulmuştur.

Erkek katılımcılardan E.A bu konudaki düşünceleri şu şekilde paylaşmıştır. *“Sonra, Yaradanın vardır bir bildiği dedim ve sustum.”* Erkek katılımcılardan E.A2 sabıra dair düşüncelerini şu şekilde paylaşmıştır. *“En uzun, en çaresiz geceni düşün sabah olmadı mı ?”* Erkek katılımcılardan M.A *“Bende çaresizlik sonsuz kördüğüm. Bende sabır, sende naz... Gündüzünden vazgeçtim, düşümden biraz Bir yüz görümlüğü sen olsan yeter.. 'Yavuz Bülent Bakiler'”* ifadesiyle sabıra dair paylaşımda bulunmuştur.

Tablo 17. Çalışkanlık değer ifadesi içeren paylaşımların cinsiyet ve paylaşım şekline göre dağılımı

ÇALIŞKANLIK	Fotoğraf ile ifade	Kendi Metniyle ifade	Haber metniyle ifade	Video ile ifade	Toplam Frekans
Kadın	9	11	3	2	25
Erkek	3	7	-	5	13
Toplam	12	18	3	3	38

Tüm değerler ifadeleri arasında % 2,13'lik oranla 17.sırada çalışkanlık değeri yer almaktadır. Kadın öğrencilerin % 2,58'i, erkek öğrencilerinse % 1,85'i sosyal medya paylaşımlarında çalışkanlık değeri içeren ifadelerle yer verdiği görülmektedir. Tablo 17'de cinsiyete ve paylaşım şekillerine göre frekansları sunulmuştur.

Tablo 18. Empati değer ifadesi içeren paylaşımların cinsiyet ve paylaşım şekline göre dağılımı

EMPATİ	Fotoğraf ile ifade	Kendi Metniyle ifade	Haber metniyle ifade	Video ile ifade	Toplam Frekans
Kadın	3	8	4	8	23
Erkek	1	11	-	2	14
Toplam	4	19	4	8	37

Çalışma grubundaki öğrenciler % 2,08'lik oranla empati değer ifadesi içeren paylaşımlarda bulunmuşlardır. Kadın öğrencilerin %2,12'si empati içerikli paylaşımlarda bulunurken, erkek öğrencilerin ise % 1,99'i empati içerikli paylaşımlarda bulunduğu tespit edilmiştir. Tablo 18'de cinsiyete ve paylaşım şekline göre frekansları sunulmuştur.

Tablo 19. Alçakgönüllülük değer ifadesi içeren paylaşımların cinsiyet ve paylaşım şekline göre dağılımı

ALÇAK GÖNÜLLÜLÜK	Fotoğraf ile ifade	Kendi Metniyle ifade	Haber metniyle ifade	Video ile ifade	Toplam Frekans
Kadın	1	7	2	1	11
Erkek	-	11	-	1	12
Toplam	1	18	2	2	23

Çalışma grubundaki öğrenciler % 2,12'lik oranla alçakgönüllülük değer ifadesi içeren paylaşımlarda bulunmuşlardır. Kadın öğrencilerin % 1,02'i alçakgönüllülük içerikli paylaşımlarda bulunurken, erkek öğrencilerin ise % 1,71'i alçakgönüllülük içerikli paylaşımlarda bulunduğu tespit edilmiştir. Tablo 19'da cinsiyete ve paylaşım şekline göre frekansları sunulmuştur.

Tablo 20. Kanaatkârlık değer ifadesi içeren paylaşımların cinsiyet ve paylaşım şekline göre dağılımı

KANAATKÂRLIK	Fotoğraf ile ifade	Kendi Metniyle ifade	Haber metniyle ifade	Video ile ifade	Toplam Frekans
Kadın	-	5	3	7	15
Erkek	-	7	-	1	8
Toplam	-	12	3	8	23

Tüm değerler ifadeleri arasında % 1,28'lik oranla 20.sırada kanaatkârlık değeri yer almaktadır. Kadın öğrencilerin % 1,39'ü, erkek öğrencilerinse % 1,14'ü sosyal medya paylaşımlarında kanaatkârlık değeri içeren ifadelerle yer verdiği görülmektedir. Tablo 20'de cinsiyete ve paylaşım şekillerine göre frekansları sunulmuştur.

Kadın katılımcılardan M.G kanaatkârlık ile ilgili düşünceleri şu şekilde ifade etmiştir: “İnsan hiçbir şeyim yok diyerek kibirleneceğine biraz da elindeki kıymetini bilsin. senin hor gördüğün başkasının hayalleridir UNUTMA...”

Tablo 21. Hoşgörü değer ifadesi içeren paylaşımların cinsiyet ve paylaşım şekline göre dağılımı

HOŞGÖRÜ	Fotoğraf ile ifade	Kendi Metniyle ifade	Haber metniyle ifade	Video ile ifade	Toplam Frekans
Kadın	2	3	2	1	8
Erkek	4	4	0	4	12
Toplam	6	7	2	5	20

Tüm değerler ifadeleri arasında % 1,12'lik oranla 21.sırada hoşgörü değeri yer almaktadır. Kadın öğrencilerin % 0,74'i, erkek öğrencilerinse % 1,71'i sosyal medya paylaşımlarında hoşgörü değeri içeren ifadeler yer verdiği görülmektedir. Tablo 21'de cinsiyete ve paylaşım şekillerine göre frekansları sunulmuştur.

Tablo 22. Yardımseverlik değer ifadesi içeren paylaşımların cinsiyet ve paylaşım şekline göre dağılımı

YARDIMSEVERLİK	Fotoğraf ile ifade	Kendi Metniyle ifade	Haber metniyle ifade	Video ile ifade	Toplam Frekans
Kadın	4	2	4	3	13
Erkek	0	3	2	1	6
Toplam	4	5	6	4	19

Tüm değerler ifadeleri arasında % 1,06'lık oranla 22.sırada yardımseverlik değeri yer almaktadır. Kadın öğrencilerin % 1,20'si, erkek öğrencilerinse % 0,85'i sosyal medya paylaşımlarında yardımseverlik değeri içeren ifadeler yer verdiği görülmektedir. Tablo 22'de cinsiyete ve paylaşım şekillerine göre frekansları sunulmuştur.

Tablo 23. Sağlık değer ifadesi içeren paylaşımların cinsiyet ve paylaşım şekline göre dağılımı

SAĞLIK	Fotoğraf ile ifade	Kendi Metniyle ifade	Haber metniyle ifade	Video ile ifade	Toplam Frekans
Kadın	4	4	2	-	10
Erkek	-	4	-	2	6
Toplam	4	8	2	2	16

Çalışma grubundaki öğrenciler % 0,90'lik oranla sağlık değer ifadesi içeren paylaşımlarda bulunmuşlardır. Kadın öğrencilerin % 0,92'si sağlık içerikli paylaşımlarda bulunurken, erkek öğrencilerin ise % 0,86'si sağlık içerikli paylaşımlarda bulunduğu tespit edilmiştir. Tablo 23'de cinsiyete ve paylaşım şekline göre frekansları sunulmuştur.

Tablo 24. Değer ifadelerinin cinsiyet ve paylaşım şekline göre dağılımı

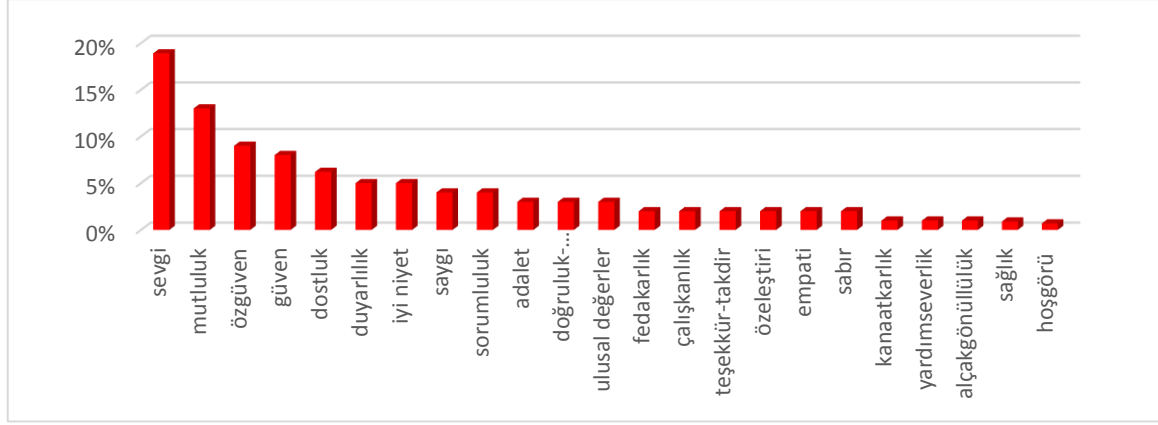
	Fotoğraf ile ifade	Kendi Metniyle ifade	Haber metniyle ifade	Video ile ifade	Toplam Frekans
KADIN	544	310	111	117	1082
ERKEK	303	299	17	82	701
TOPLAM	847	609	128	199	1783

Tablo 24'de cinsiyete göre paylaşım şekilleriyle dağılımları görülen değerler kişi sayısına göre oranlandığında cinsiyet farkı ortadan kalkmaktadır. 12 kadın arasında dağılan 1082 değer ifadesi kişi başına 90 iken, 8 erkek arasında dağılan 701 değer ifadesi kişi başına 87'dir. Bu durum kadın ve erkekler arasında paylaşım sayısında önemli bir fark olmadığını ortaya koymaktadır. Katılımcıların paylaşım şekli olarak en sık kullandıkları ifade ise fotoğraf ile ifade şeklindedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

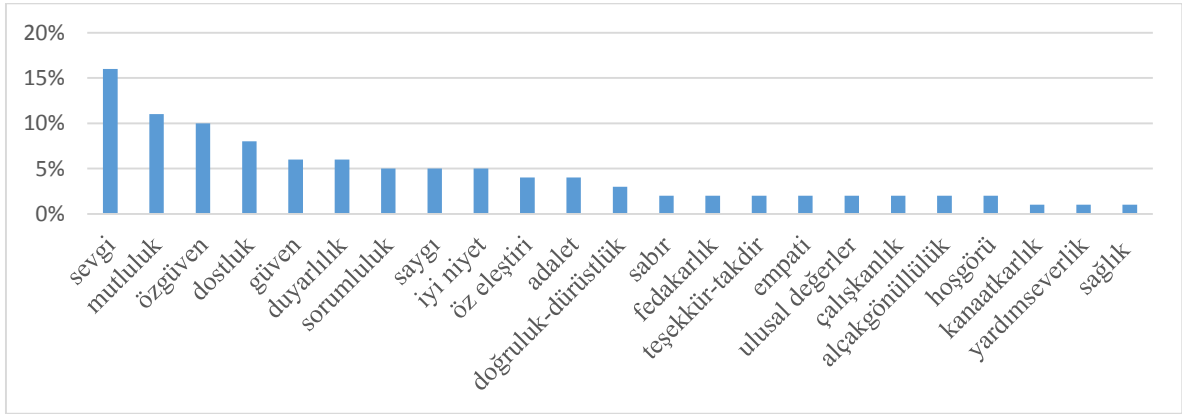
Yordanan 23 değere katılımcılar şu sırada önem vermektedirler: sevgi, mutluluk, özgüven, güven, dostluk, duyarlılık, iyi niyet, saygı, sorumluluk, adalet, doğruluk-dürüstlük, ulusal değerler, fedakarlık, çalışkanlık, teşekkür-takdir, özeleştir, empati, sabır, kanaatkarlık, yardımseverlik, alçakgönüllülük, sağlık, hoşgörü. Grafik 1 ve Grafik 2'de bu değerlere ilişkin yüzdeler dağılımları detaylı olarak sunulmuştur.

Grafik 1. Kadın katılımcıların değer ifadelerindeki yüzdeler dağılımı



Grafik 1’de görüldüğü gibi kadın katılımcıların en fazla değindikleri değer sevgidir. Önem verdikleri değerler sevgi, mutluluk, özgüven, güven, dostluk, duyarlılık, iyi niyet, saygı, sorumluluk, adalet, doğruluk dürüstlük, ulusal değerler, fedakarlık, çalışkanlık, teşekkür takdir, özeleştiri, empati, sabır, kanaatkarlık yardımsverlik, alçakgönüllülük, sağlık ve hoşgördür.

Grafik 2. Erkek katılımcıların değer ifadelerindeki yüzdeleri dağılım



Grafik 2’de görüldüğü gibi erkek katılımcıların en fazla değindikleri değer sevgidir. Önem verdikleri değerler sevgi, mutluluk, özgüven, dostluk, güven, duyarlılık, sorumluluk, saygı, iyi niyet, özeleştiri, adalet, doğruluk dürüstlük, sabır, fedakarlık, teşekkür takdir, empati, ulusal değerler, çalışkanlık, alçakgönüllülük, hoşgörü, kanaatkarlık yardımsverlik ve sağlıktır.

Yapılan çalışmalarda en önemli öğretmen özellikleri arasında sabır, hoşgörü ve sevgi bulunduğu düşünüldüğünde öğretmen adaylarına sabır ve hoşgörü değerlerinde eğitimler düzenlenmesi önerilmektedir (Oğuz, 2012; Şen & Erişen, 2002; Yazıcı, 2006).

KAYNAKÇA

- Babacan, M. E., Haşlak, İ., & Hira, İ. (2011). Sosyal Medya ve Arap Baharı. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 6(2), 63-92.
- Bogdan, R.C. & Biklen, S.K. (1998). *Qualitative Research for Education: An Introduction to Theory and Methods* (3rd ed.). Needham Heights: Allyn & Bacon.
- Brinkmann, S. & Kvale, S. (2005). Confronting the ethics of qualitative research, *Journal of Constructivist Psychology*, 18, 157 – 181.
- Cüceloğlu, D., (2003). İnsan ve Davranışı, Psikolojinin Temel Kavramları, 12. Basım, Remzi Kitabevi, İstanbul.
- Eliot, R. (1996) “Discourse Analysis: Exploring Action, Function and Conflict in Social Texts”, *Marketing, Intelligence and Planning*, Volume 6, pp: 65-68.
- Elliott, R. (1996). Discourse analysis: exploring action, function and conflict in social texts. *Marketing Intelligence & Planning*. 14, 6, 65.
- MEB (2005). *İlköğretim Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı Ve Kılavuzu*, Ankara: Devlet Kitapları Müdürlüğü Basımevi.
- MEB (2012). İyi bir öğretmenin özellikleri. mebk12.meb.gov.tr/meb_iys.../10080413_yibirretmeninzellikleri.pdf adresinden 23.12.2014 tarihinde erişilmiştir.
- Miles, M. B., & A. M. Huberman. (1984). *Qualitative Data Analysis: A Sourcebook of New Methods*. Beverly Hills, Calif.: Sage. *Physics Education*, 17, 62-66.
- Miles, M.B., & Huberman, A.M., (1994) *Qualitative Data Analysis*, Thousand Oaks.
- Oğuz, E. (2012). Öğretmen adaylarının değerler ve değerler eğitimi ilişkine ilişkin görüşleri. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri (KUYEB)-Değerler Eğitimi Sempozyumu Ek Özel Sayısı*, 12(2), 1309-1325.
- Yazıcı, K. (2006). Değerler Eğitimi'ne Genel Bir Bakış. *Türklük Bilimi Araştırmaları*, 19(19), 499.
- Suh, B.K., & Traiger, J. (1999). Teaching Values Through Elementary Social Studies And Literature Curricula. *Education*. Summer. Vol. 119 Issue 4. (723-727).
- Ecevit, T., & Çakmakçı, G. (2015). Kimya eğitiminde etkili söylem tekniklerinin kullanımı ve sınıf için söylem niteliğinin geliştirilmesi. M. Sözbilir, & A. Ayas (Ed.) KİMYA ÖĞRETİMİ: Öğretmen Eğitimcileri, Öğretmenler ve Öğretmen Adayları İçin İyi Uygulama Örnekleri (s.725-750). Ankara: Pegem Yayıncılık
- Sözen, E. (1999). *Söylem: belirsizlik, mübadele, bilgi, güç ve refleksivite*. İstanbul: Paradigma.
- Şen, H. Ş., & Erişen, Y. (2002). Öğretmen yetiştiren kurumlarda öğretim elemanlarının etkili öğretmenlik özellikleri. *GÜ Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 22(1), 99-116.
- Yıldız, Y., Sarıtepe, K. & Özkaynar, K. (2013) “Küresel Markalar Savaşında Sosyal Medya Cephesi: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Uygulama”, 18. Ulusal Pazarlama Kongresi, (19-22 Haziran 2013), Sarıkamış/Kars, ss.14-25.
- Alexa istatistikleri <http://www.alexametric.com/topsites/countries/TR> 15.02.2015 tarihinde erişilmiştir.