



# Türk Akademik Yayınlar Dergisi

## TAY Journal

(Uluslararası Hakemli Dergi/International Peer-Reviewed Journal)

<http://www.tayjournal.com>

ISSN: 2618-589X

## Examination of Citizenship and Social Media Citizenship Perceptions of Teacher Candidates

Merve ÇETİNKAYA  
Semra DEMİR BAŞARAN  
Burak Ahmet UZUNOĞLU

### Abstract

The concept of citizenship changes according to the perceptions of people. Some of the concepts of citizenship that change according to these perceptions are active citizen, passive citizen and traditional citizen. In modern world, with becoming more widespread using the Internet, social media citizenship has also been added to the concept of citizenship. The use of social media is more prevalent especially among young people who are studying at university. This research aims to examine the perceptions of citizenship and social media citizenship of university students according to various variables. The study group is a total 564 students of the Faculty of Education. Survey model was used in this research. "The Perceptions of Social Media Citizenship Scale" and "The Perceptions of Citizenship Scale" developed by Utku (2015) were used as the data collection tool for this research. As a result of research, it has been revealed that men are more interested in social media than women. Also there was a significant difference between the perceptions of students who don't follow any periodicals and who follow periodicals. There was no significant difference between the groups according to income level variable in terms of social media citizenship. It has been proposed to raise awareness among the youth about the use of social media.

### Keywords:

### DOI

:

Citizenship,	<b>Received</b>	: 03/01/2018
Social media,	<b>Revised</b>	: 13/03/2018
Social media citizenship	<b>Accepted</b>	: 28/05/2018
	<b>Published</b>	: 15/06/2018

Corresponding Author: Merve Çetinkaya, MS Student, Erciyes University, Turkey, mervecetinkaya@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-3409-7547

Semra Demir Başaran, Assoc. Prof., Erciyes University, Turkey, sdemir@erciyes.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-5245-7657

Burak Ahmet Uzunoğlu, MS Student, Erciyes University, Turkey, burak\_uzunoglu@hotmail.com, ORCID ID: 0000-0002-5720-9804

Cite this article as: Çetinkaya, M., Demir Başaran, S. & Uzunoğlu, B. A. (2018) Öğretmen adaylarının vatandaşlık ve sosyal medya vatandaşlık algılarının incelenmesi. *TAY Journal*, 2(1),1-24.

## **Extended Summary**

### **Introduction**

In the present century, the term citizenship is perceived in different ways. Virtual citizenship or digital citizenship are two of these new conceptions. Student jobs, shopping or banking on the internet are considered as virtual citizenship. According to Ribble's (2011) definition of virtual citizenship is appropriate behavioral norms about technology use. On the other hand, digital citizenship is defined as technology use for individuals' social, cultural, and political activities. But, social media citizenship has more specific definition than those concepts. Social media is online tools and websites that enable people to interact with each other and share their knowledge, ideas, and interests (Onat, 2010). Social media is also used as a powerful tool to spread the will for democracy and freedom all over the World (Utku, 2015). Social media is also important for transitioning from representative democracy to participatory democracy (Çildan, Ertemiz, Küçük, Timuçin ve Albayrak, 2013).

As a result of the modern world, the use of social media seems to be very important among undergraduate students. This study aimed to identify, through different variables, teacher candidates' citizenship perceptions and social media citizenship perceptions that was shaped by their social media identities. The research question is do teacher candidates' citizenship perceptions and social media citizenship perceptions change by their gender, major, grade, family income level, accommodation type, book completion time, whether they use social media or not, frequency of social media usage, and whether they subscribed to a periodical or not.

### **Methods**

This study used relational scanning model, one of the quantitative research methods. Relational scanning models are the research models used to find the existence and/or the degree of covariance between two or more number of variables (Karasar, 2008). The research participants are the teacher candidates at Erciyes University Faculty of Education in 2016 - 2017 academic year. The total number of participants is 564. Two different data collection tools and a personal information form, developed in accordance with the goal of this study, were used to collect the data for this study.

#### **1. Citizenship Scale**

Citizenship scale was developed by Utku (2015) and has 43 items. The Scale consists of 11 sub-groups which are justice, respect, equality, cooperation, professional development, conserving the culture, respect for the law, patriotism, politics, interests, and critical thinking. Citizenship is divided into four types; traditional citizen, passive citizen, passive-good citizen, and active citizen. The Scale's Cronbach Alpha reliability coefficient value was .89.

#### **2. Social Media Citizenship Scale**

Social media citizenship scale was developed by Utku (2015) and consists of 55 items. The scale has 13 sub-groups. These are justice, truthfulness, equality, love for humanity, respect for the law, cooperation, responsibility, interest for the history, actuality, knowing the problems, professional development, personal development, and interests. The Scale's Cronbach Alpha

reliability coefficient value was .91. Descriptive analyses (mean, standard deviation, skewness, and kurtosis) were calculated first. The results indicated a normal distribution. Thus, parametric tests were implemented. In data analyses, t-test and one-way ANOVA followed and multiple comparison tests were used to identify differences and the source of the differences. The significance level was set at .05. Arithmetic mean, standard deviation, t value and degree of freedom level were calculated for each item in the scale and results are presented in tables.

Ranges for points and percentages for citizenship scales were identified as following; traditional citizen (43-86 points 20% -40%), passive citizen (87- 129 points 40.5% - 60%), passive-good citizen (130 – 172 points 60.5% - 80%), and active citizen (163 – 215 points 80.5% - 100%).

Social media citizenship scale ranges were identified as following; traditional citizen (55 - 110 points 20% -40%), passive citizen (111- 165 points 40.5% - 60%), passive-good citizen (166 – 220 points 60.5% - 80%), and active citizen (221 – 275 points 80.5% - 100%).

### **Results**

The study found that teacher candidates citizenship perceptions do not differ by their gender but gender significantly effect teacher candidates' social media citizenship perceptions. Male teacher candidates' social media citizenship perception found to be higher than female teacher candidates. Teacher candidates' department does not have a significant effect on their citizenship perception but social media citizenship perceptions change by their departments. Follow up multiple comparison tests indicated that there are significant differences between Social Studies teachers and Mathematics teachers. Mean scores of teachers indicate that social media citizenship perceptions of Social Studies teachers are highest ( $\bar{X} = 2.88$ ), and social media citizenship perceptions of Mathematics teachers are lowest ( $\bar{X} = 2.58$ ).

The present study also found that citizenship perceptions do not change by grade levels but social media citizenship perceptions change. Social media citizenship perceptions of 4th grade students are highest and social media citizenship perceptions of 1st grade students are lowest. Monthly family income level significantly changes teacher candidates' citizenship perceptions. Teacher candidates that have monthly family income of 0-999TL and 4000TL have higher citizenship perception than other candidates. Family income not seen to be a significant factor on social media citizenship perception. Teacher candidates who read a book in a week has the highest citizenship perception while teacher candidates who not read books have the lowest citizenship perceptions. Social media usage frequency does not have a significant effect on teacher candidates' citizenship perceptions but it significantly effects social media citizenship perceptions. The study also found that subscribing to a periodical significantly effects teacher candidates citizenship and social media citizenship perceptions. Teacher candidates who subscribed to a periodical have higher both citizenship and social media citizenship perception than candidates who not subscribed to any periodicals.

### **Discussion and Conclusion**

This study's result is similar to Sağlam's (2011) where he also found that citizenship perception does not change by gender. Another study conducted by Taşlıyan, Çiçeklioğlu, Yılmaz, and Sezer (2016) also found the same result. Kocadağ (2012) investigated teacher candidates'

digital citizenship levels and he found that male teacher candidates have higher digital citizenship levels than female teacher candidates. Özmen and Er 's (2012) study's result coincide with the present study's results. Their study also found that males are more sensitive than females to virtual citizenship. However, Utku (2015) found that social media citizenship perception does not significantly change by students' gender. Taşlıyan et al. (2016) also found that social media citizenship does not change by gender. Based on these different findings, it is possible to conclude that gender alone is not a significant factor on social media citizenship. Even though Sağlam's (2011) study with Primary school teachers and Social Studies teachers found that Primary School teachers have higher citizenship conception than Social Studies teachers, he reached the conclusion of teacher candidates' major does not have a significant effect on citizenship perception, as this study. This present study found that citizenship perception does not change by grade levels but social media citizenship significantly change by grade levels. 4th grade teacher candidates have the highest social media citizenship perception while the 1st graders have the leowest. However, Utku (2015) found no significant relationship between grade levels and social media citizenship perceptions. Sağlam (2011) found that citizenship perception increased as family income increased but family income level found not to be a significant factor on social media citizenship perception. The present study found no relationship between teacher candidates' accomodation type and citizenship and social media citizenship perceptions. Utku (2015) also found that accomodation type is not a significant predictor of citizenship and social media citizenship perceptions. Teacher candidates who subscribed to periodicals have a higher citizenship and social media citizenship perceptions in comparison to teacher candidates that are not subscribed to any periodicals. On the other hand, Utku (2015) found that periodical subscription does not have significant relationship with social media citizenship perception. It is possible to say that participants' interests to periodicals may caused to different results. It can be concluded that participants subscribed to a periodical of their interest may caused a positive effect on participants' citizenship and social media citizenship perceptions.

### **Recommendations**

When considering the high usage of internet and social media, social media use can be part of the teacher education so that teacher participants will be effective users of social media. Teachers may create interesting groups in social media platforms in order to draw student attention for different classroom activities.



# Türk Akademik Yayınlar Dergisi

## TAY Journal

(Uluslararası Hakemli Dergi/International Peer-Reviewed Journal)

<http://www.tayjournal.com>

ISSN: 2618-589X

## Öğretmen Adaylarının Vatandaşlık ve Sosyal Medya Vatandaşlık Algılarının İncelenmesi

Merve ÇETİNKAYA  
Semra DEMİR BAŞARAN  
Burak Ahmet UZUNOĞLU

### Özet

Vatandaşlık kavramı kişilerin sahip oldukları algılara göre değişiklik göstermektedir. Bu algılara göre değişiklik gösteren vatandaşlık kavramlarından bazıları aktif vatandaş, pasif vatandaş ve geleneksel vatandaşdır. Modern dünyada internet kullanımının yaygınlaşmaya başlamasıyla vatandaşlık kavramları arasına sosyal medya vatandaşlığı da eklenmiştir. Sosyal medya kullanımı özellikle üniversitede okuyan gençlerde daha yaygındır. Bu araştırma üniversite öğrencilerinin vatandaşlık ve sosyal medya vatandaşlık algılarının çeşitli değişkenlere göre incelenmesini amaçlamaktadır. Tarama modelinde gerçekleştirilen araştırmanın çalışma grubu Erciyes Üniversitesi Eğitim Fakültesinde öğrenim gören 564 öğrencidir. Araştırma verileri Utku (2015) tarafından geliştirilen "Vatandaşlık Algısı Ölçeği" ve "Sosyal Medya Vatandaşlık Algı Ölçeği" aracılığıyla toplanmıştır. Araştırma sonucunda erkeklerin kadınlara oranla sosyal medya ile daha çok ilgilendikleri ortaya çıkmıştır. Ayrıca yaşamlarında herhangi bir süreli yayını takip edenlerin sosyal medya vatandaşlık algısı ile süreli yayınları takip etmeyenlerin algıları arasında anlamlı fark bulunmuştur. Gelir düzeyi değişkenine göre sosyal medya vatandaşlık algısı açısından gruplar arasında bir fark bulunmamıştır. Sosyal medya kullanımı konusunda kitle iletişim araçları ve okullarda gençlerin bilinçlendirilmesi gerekliliği önerilmiştir.

### Anahtar Kelimeler:

### DOI

:

Sosyal medya,	<b>Yükleme</b>	: 03/01/2018
Sosyal medya vatandaşlığı,	<b>Düzeltilme</b>	: 13/03/2018
Vatandaşlık	<b>Kabul</b>	: 28/05/2018
	<b>Yayınlama</b>	: 15/06/2018

**Sorumlu Yazar:** Merve Çetinkaya, Yüksek Lisans Öğrencisi, Erciyes Üniversitesi, Türkiye, mervectinkaya@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-3409-7547

Semra Demir Başaran, Doç. Dr., Erciyes Üniversitesi, Türkiye, sdemir@erciyes.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-5245-7657

Burak Ahmet Uzunoğlu, Yüksek Lisans Öğrencisi, Erciyes Üniversitesi, Türkiye, burak\_uzunoglu@hotmail.com, ORCID ID: 0000-0002-5720-9804

Atf için: Çetinkaya, M., Demir Başaran, S. & Uzunoğlu, B. A. (2018) Öğretmen adaylarının vatandaşlık ve sosyal medya vatandaşlık algılarının incelenmesi. *TAY Journal*, 2(1),1-24.

## Giriş

Vatandaşlık sözcüğü aynı vatani paylaşan aynı devlete bağlı olan vatandaşlara devlet tarafından verilen hukuki bir statüdür (Sağırılı, 2005). Kepenekci (2008)'e göre vatandaşlık, belirli bir devlet ile bir kişi arasındaki karşılıklı hak ve sorumlulukları belirleyen hukuksal bağdır. Altunya (2003), vatandaşlığı bir kişiyi devlete bağlayan bağ olarak açıklamış ve bu bağ ile devlete bağlı olan kişiye de vatandaş ya da yurttaş denildiğini belirtmiştir. Ünsal ise yurttaşlığın bireyi devlete bağlayan hukuksal bağ olduğunu fakat bu bağın sadece hukuksal olmadığını, sosyolojik, ekonomik, sosyal, dinsel ve kültürel gerçeklerden ayrılmayacağını vurgulamıştır (1998).

Kişilerin sahip oldukları algılara göre vatandaşlık kavramı farklı şekillerde açıklanabilmektedir (Utku, 2015). Buna göre, vatandaş olduğunun bilincine varamamış, ülkesine ve milletine karşı herhangi bir sorumluluk almayan, yasaları içselleştiremeyen geleneksel vatandaş (Caymaz, 2007), ülkesini sevip kanunlara uyan ve itaatkar bir yapıda olan pasif vatandaş (Özmen ve Er, 2012), insan haklarını geliştiren, akıl yürüterek karar veren, gerektiği takdirde hükümet politikalarını eleştirebilen, demokratik değerlere bağlı olan, sivil topluma, siyasal ve toplumsal yaşama istekli şekilde katılım gösteren aktif vatandaş (Doğanay, 2009) kavramları ortaya konmuştur.

Aktif vatandaşlık, seçimlerde oy kullanma, herhangi bir siyasal kuruluştaki yer alma, toplumsal konular ile ilgilenme gibi etkinliklerde etkin katılımı vurgulamaktadır. Bu anlamıyla da sadece yasalarda yer alan hak ve sorumlulukları değil, toplumun beklentilerine uygun şekilde sosyal ve ahlaki davranışları da içermektedir (Ersoy, 2007). Etkili vatandaş tanımlarındaki ortak vurgu, sadece bireysel değil, küresel düzeyde düşünebilmesi, barışçıl, meraklı, ilgili olması, doğru kararlarla problemlere çözüm üretebilmesi, duyarlı, demokrasiyi benimsemiş bir kimse olmasıdır (Öztürk ve Otluoğlu, 2003; Öztürk ve Dilek, 2003; Ersoy, 2007).

National Council for the Social Studies (NCSS)'e göre sorumlu ve etkili bir vatandaşın sahip olması gereken özellikler bulunmaktadır. Demokratik değerleri benimseme ve bu doğrultuda yaşama, toplumun yararına olacak sorumluluklar alma, siyasal süreçler hakkında bilgili olma, toplum yaşamına etkin olarak katılım gösterme, farklı bakış açıları geliştirebilme, etkili bir işbirliği yapabilme ve sorunlara yaratıcı çözümler bulabilme bu özelliklerden bazılarıdır (Akt: Utku, 2015).

Vatandaşlık terimi zaman içinde değişik şekillerde algılanmaya başlamıştır (Özmen ve Er, 2012). Sanal vatandaşlık veya dijital vatandaşlık bu yeni algılardandır. İnternet ortamlarında yapılan öğrenci işleri, alışveriş ya da banka işleri sanal vatandaşlık olarak kabul edilmektedir (Dikme, 2013). Ribble (2011)'in tanımına göre dijital vatandaşlık, teknoloji kullanımı ile ilgili uygun davranış normlarıdır. Dijital vatandaşlık kavramı için çeşitli tanımlar bulunmaktadır. Vizenor (2013)'e göre dijital vatandaşlık bireyin sosyal, toplumsal ve siyasi faaliyetleri için teknoloji kullanımınıdır. Farmer (2010)'a göre ise dijital vatandaşlık elektronik bilgileri uygun biçimde seçip ayırarak dijital alana etkin bir biçimde katılan, elde ettiği bu bilgileri de toplumsal ve kişisel gelişim için kullanmaktır. Sosyal medya vatandaşlığı ise bu kavramlardan daha özel bir tanıma sahiptir. Günümüz dünyasında internet ortamlarında sosyal medya hesaplarında oluşturulan profiller gittikçe daha önemli ve yaygın hale gelmektedir. Sosyal medyanın önemi birçok çalışmanın da ortak konusudur. Sütcü (2010)'a göre, gerçek hayattaki kamusal alanların

zamanla ortadan kalkması sonucu ve insanların yeni ortamlar arama düşüncesi internet topluluklarını ortaya çıkarmıştır. Bu sebeple çağın yeni kamusal alanı sosyal medya olmuştur (Tunç, 2012). Sosyal medya tanım olarak; bireylerin birbirleri ile bilgi, görüş ve ilgi alanlarını paylaştıkları ve birbirleri ile etkileşim kurmalarına imkan sağlayan online araçlar ve web siteleridir (Onat, 2010). Dikme (2013)'e göre ise sosyal medya, Web 2.0 teknolojileri ile oluşturulan ve yoğun bir sosyal etkileşime, grupların oluşmasına imkan sağlayan web siteleridir. Sosyal medya dünya genelinde bireyler arasındaki demokrasi ve özgürlük taleplerinin yayılması ve artmasında da güçlü bir araç olarak kullanılmaktadır (Utku, 2015). Sosyal medya günümüz dünyasında temsili demokrasiden katılımcı demokrasiye geçişte önemli bir yere sahiptir (Çıldan, Ertemiz, Küçük, Timuçin ve Albayrak, 2013). Sayımer (2014)'e göre de sosyal medya demokrasinin gelişmesine yön verecek bir etkiye sahiptir. Sosyal medyada geçirilen vakit gittikçe artmakta ve sosyal medya kullanıcılarının sosyal medyada geçirdikleri zaman ile arkadaş sayıları arasında pozitif bir ilişki bulunmaktadır (Eren, 2014). Tektaş (2014)'e göre insanlar günlük işlerini yaparken bile sosyal medyada online olma imkanına sahiptirler. Toplum için bu kadar önemli olan bir kavramdan ise yeni bir vatandaşlık algısı doğmaktadır. Utku (2015) sosyal medya vatandaşlığını internet ortamlarındaki sitelerde oluşturulan kimliklerle yapılan aktivitelerin genel bir karakteri olarak tanımlanabileceğini belirtmektedir. Çubukçu ve Bayzan (2013), iyi bir sosyal medya vatandaşında olması gereken özellikleri; bilgi ve iletişim kaynaklarını kullanırken doğruluğunu eleştirebilmek, yaptıkları davranışların sonuçlarının farkında olabilmek, teknolojiyi başka insanlara zarar vermeden kullanabilmek olarak sıralamışlardır.

Modern dünyanın bir getirisi olarak sosyal medya kullanımının özellikle üniversitede okuyan gençlerde çok önemli olduğu görülmektedir. Bu çalışmada da kullandıkları sosyal medya platformlarında oluşturdukları kimlikleri ile sosyal medya vatandaşlık algılarını belirleyen öğretmen adaylarının vatandaşlık algıları ve sosyal medya vatandaşlık algıları çeşitli değişkenler açısından incelenmesi amacıyla aşağıdaki soruya yanıt aranmıştır:

1. Katılımcıların vatandaşlık algısı ve sosyal medya vatandaşlık algısı; cinsiyetlerine, öğrenim gördükleri bölümlere, sınıf düzeylerine, aile gelir düzeylerine, barınma şekillerine, kitap bitirme sürelerine, sosyal medya kullanıp kullanmama durumlarına, sosyal medya kullanım sıklıklarına, süreli bir yayını takip etme durumlarına göre değişiklik göstermekte midir?

## Yöntem

### Araştırmanın Modeli

Bu araştırma, Erciyes Üniversitesi Eğitim Fakültesi'nde öğrenim görmekte olan öğretmen adaylarının vatandaşlık ve sosyal medya vatandaşlık algılarının çeşitli değişkenlere göre incelemektedir. Çalışma nicel araştırma yöntemlerinden korelasyonel ilişkisel tarama modeline uygundur. İlişkisel tarama modeli iki ve daha çok sayıdaki değişken arasında birlikte değişim olup olmadığını ve değişimin derecesini belirlemeyi amaçlayan araştırma modelidir (Karasar, 2008).

### Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini 2016 - 2017 eğitim öğretim yılında Erciyes Üniversitesi Eğitim Fakültesi'nde öğrenim görmekte olan öğretmen adayları oluşturmaktadır. Araştırmanın

örneklemini ise amaçsal örnekleme yöntemi kullanılarak seçilen ve gönüllü olarak çalışmaya katılan 564 öğretmen adayı oluşturmaktadır. Araştırmaya katılan 564 öğrencinin demografik özellikleri şu şekildedir:

Tablo 1. Katılımcıların demografik özellikleri

Değişkenler	Gruplar	N	%
Cinsiyet	Kadın	455	80.7
	Erkek	109	19.3
Bölüm	Sınıf Öğretmenliği	109	19.3
	Türkçe Öğretmenliği	45	8.0
	Matematik Öğretmenliği	179	31.7
	Sosyal Bilgiler Öğretmenliği	42	7.4
	İngilizce Öğretmenliği	63	11.2
Sınıf Düzeyi	Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık	126	22.3
	1. Sınıf	147	26.1
	2. Sınıf	153	27.1
	3. Sınıf	229	40.6
	4. Sınıf	35	6.2
Aile Gelir Düzeyi	0 – 999 TL	36	6.4
	1000 – 1999 TL	177	31.4
	2000 – 2999 TL	168	29.8
	3000 – 3999 TL	120	21.3
Barınma Biçimi	4000 TL ve üzeri	63	11.2
	Aile ile Birlikte	294	52.1
	Özel Yurt	68	12.1
Kitap Bitirme Süresi	Devlet Yurdu	157	27.8
	Öğrenci Evi	45	8.0
	1 Hafta	159	28.2
	2 Hafta	145	25.7
	3 Hafta	79	14.0
Sosyal Medya Kullanım Durumu	1 Ay	57	10.1
	3 Ay	37	6.6
	Kitap Okumuyorum	87	15.4
Sosyal Medya Giriş Sıklığı	Evet	507	89.9
	Hayır	57	10.1
	Her Gün	463	82.1
Süreli Yayın Takip Etme Durumu	İki Günde Bir	34	6.0
	Haftada Bir	10	1.8
	Ayda Bir	4	0.7
Süreli Yayın Takip Etme Durumu	Hesabım Yok	53	9.4
	Evet	167	29.7
	Hayır	396	70.3

Katılımcıların %80.7'sinin (455) kadın, %19.3'ünün (109) erkek olduğu görülmektedir. Katılımcılar öğrenim gördükleri bölümlere ve sınıf düzeylerine göre incelendiğinde %19.3'ünün (109) Sınıf Öğretmenliği, %8'inin (45) Türkçe Öğretmenliği, %31.7'sinin (179) Matematik Öğretmenliği, %7.4'ünün (42) Sosyal Bilgiler Öğretmenliği, %11.2'sinin (63) İngilizce Öğretmenliği ve %22.3'ünün (126) Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık öğrencileri ve %26.1'inin (147) 1. sınıf, %27.1'inin (153) 2. sınıf, %40.6'sının (229) 3. sınıf ve %6.2'sinin (35) 4. sınıf öğrencileri olduğu görülmektedir. Katılımcıların aylık aile gelir düzeyleri ve barınma biçimleri incelendiğinde öğretmen adaylarının %6.4'ünün (36) aylık 0 – 999 TL aile gelir düzeyine, %31.4'ünün (177) 1000 – 1999 TL aile gelir düzeyine, %29.8'inin (168) 2000 – 2999



TL aile gelir düzeyine, %21.3'ünün (120) 3000 – 3999 TL aile gelir düzeyine, %11.2'sinin (63) 4000 TL ve üzeri aile gelir düzeyine sahip olduğu, öğretmen adaylarının %52.1'inin (294) ailesi ile birlikte, %12.1'inin (68) özel yurttta, %27.8'inin (157) devlet yurdunda ve %8'inin (45) öğrenci evinde yaşadığı görülmektedir. Katılımcıların kitap bitirme süreleri incelendiğinde %28.2'sinin (159) kitap bitirme süresinin bir hafta, %25.7'sinin (145) iki hafta, %14'ünün (79) üç hafta, %10.1'inin (57) bir ay, %6,6'sının 3 ay ve %15.4'ünün (87) kitap okumadığı görülmektedir. Araştırmaya katılan öğretmen adayların sosyal medya kullanım durumları ve sosyal medya hesaplarına giriş sıklıkları incelendiğinde %89.9'unun (507) sosyal medyayı kullanmakta, %10.1'inin (57) sosyal medyayı kullanmamakta olduğu ve katılımcıların %82.1'inin (463) sosyal medya hesaplarına giriş sıklığının her gün, %6'sının (34) iki günde bir, %1.8'inin (10) haftada bir ve %0.7'sinin (4) ayda bir olduğu görülmektedir. Katılımcıların süreli bir yayını takip etme durumları incelendiğinde öğretmen adaylarının %29.7'sinin (167) süreli bir yayını takip etmekte, %70.3'ünün (396) süreli bir yayını takip etmemekte olduğu görülmektedir.

### **Veri Toplama Araçları**

Bu araştırmada verilerin toplanmasında iki farklı veri toplama aracı ve araştırmanın amacına uygun olarak hazırlanan kişisel bilgi formu kullanılmıştır.

#### **1. Vatandaşlık Algı Ölçeği**

Vatandaşlık Algı Ölçeği, Utku (2015), tarafından geliştirilen 43 maddeye sahip bir ölçektir. Ölçeğin adalet, insana saygı, eşitlik, yardımlaşma, mesleki gelişim, kültürü yaşatma, hukuka saygı, ülke sevgisi, siyaset, ilgi alanları ve eleştirel düşünme olarak 11 alt boyutu bulunmaktadır. Vatandaşlık algısı dört tip olarak tanımlanmıştır. Bunlar, Geleneksel Vatandaş, Pasif vatandaş, Pasif-İyi vatandaş ve Aktif vatandaş şeklindedir. Ölçeğin Cronbach Alpha İç Tutarlık katsayısı .89 olarak bulunmuştur.

#### **2. Sosyal Medya Vatandaşlık Algı Ölçeği**

Sosyal Medya Vatandaşlık Algı Ölçeği, Utku (2015) tarafından geliştirilmiştir. Ölçek 55 maddeye sahiptir. Ölçek adalet, doğruluk, eşitlik, insan sevgisi, hukuka saygı, yardımlaşma, sorumluluk, tarih ilgisi, gündem takibi, sorunları bilme, mesleki gelişim, kişisel gelişim ve ilgi alanları olarak 13 alt boyuta sahiptir. Ölçeğin Cronbach Alpha İç Tutarlık katsayısı .91 olarak bulunmuştur.

#### **3. Kişisel Bilgi Formu**

Araştırmada kullanılan kişisel bilgi formu, alt problemler doğrultusunda hazırlanan öğretmen adaylarının cinsiyetlerini, öğrenim gördükleri bölümleri, sınıf düzeylerini, aylık aile gelir durumlarını (0 – 999 TL, 1000 – 1999 TL, 2000 – 2999 TL, 3000 – 3999 TL, 4000 TL ve üzeri), barınma şekillerini (aile ile birlikte, özel yurt, devlet yurdu, öğrenci evi), kitap bitirme sürelerini (1 hafta, 2 hafta, 3 hafta, 4 hafta, 3 ay, kitap okumuyorum), sosyal medya kullanma durumlarını, sosyal medya hesaplarına giriş sıklığını (her gün, iki günde bir, haftada bir, ayda bir, sosyal medya hesabım yok) ve süreli bir yayını takip etme durumlarını belirlemeye yönelik 9 maddeye sahiptir.

## Verilerin Analizi

Alt probleme cevap verilmeden önce betimsel istatistikler (ortalama, standart sapma, çarpıklık, basıklık) hesaplanmış ve dağılımın özellikleri ortaya konmuştur. İncelenen istatistikler sonucunda, toplam puanların dağılımının normal olduğu belirlenmiş ve parametrik test teknikleri kullanılmaya karar verilmiştir. Verilerin çözümlenmesinde t- testi ve “Tek Yönlü Varyans Analizi” (ANOVA) modelleri uygulanmış, hangi gruplar arasında anlamlı fark olduğunun belirlenmesi için ise çoklu karşılaştırma testleri kullanılmıştır. Verilerin analizinde anlamlılık düzeyi .05 olarak alınmıştır. Ölçekte yer alan her maddenin aritmetik ortalaması, standart sapması, t değeri ve serbestlik düzeyi belirlenerek, elde edilen veriler tablolaştırılmış ve yorumlanmıştır.

Verilerin derecelendirilmesi ve derecelemede esas alınan ortalama aralıkları; Geleneksel vatandaş (43- 86 puan %20 - %40), Pasif Vatandaş (87- 129 puan %40,5 - %60), Pasif-iyi vatandaş (130- 172 puan %60,5 - %80), Aktif vatandaş (163- 215 puan %80,5 - %100) şeklinde belirlenmiştir.

Sosyal medya vatandaşlık Algısı ise aşağıdaki puan aralıklarında tanımlanmıştır: Buna göre; Geleneksel vatandaş (55- 110 puan %20 - %40), Pasif Vatandaş (111- 165 puan %40,5 - %60), Pasif-iyi vatandaş (166- 220 puan %60,5 - %80), Aktif vatandaş (221- 275 puan %80,5 - %100) şeklinde belirlenmiştir.

## Bulgular

Erciyes Üniversitesi Eğitim Fakültesinde öğrenim görmekte olan öğretmen adaylarının vatandaşlık ve sosyal medya vatandaşlık algılarının cinsiyet, öğrenim gördükleri bölüm, sınıf düzeyi, aile gelir düzeyi, barınma şekli, kitap bitirme süreleri, sosyal medya kullanıp kullanmama durumları, sosyal medya kullanma sıklıkları, süreli bir yayını takip etme durumlarına göre farklılaşıp farklılaşmadığının belirlenmeye çalışıldığı bu bölümde toplanan verilerin istatistiki olarak çözümlenmesiyle elde edilen bulgulara ve yorumlara yer verilmiştir. Bulguların verilmesinde, araştırmanın amacı doğrultusunda yanıtı aranan soruların sırası izlenmiştir.

### Cinsiyet Bağlamında Vatandaşlık Algısı ve Sosyal Medya Vatandaşlık Algısına İlişkin Bulgular

Erkek ve kadın öğretmen adaylarının vatandaşlık ve sosyal medya vatandaşlık algı düzeyine yönelik görüşlerinin cinsiyetlerine göre farklılaşıp farklılaşmadığını ortaya koymak amacıyla bağımsız gruplar için t testi analizi yapılmıştır. Yapılan analize ilişkin bulgular Tablo 2’de ve Tablo 3’te verilmiştir.

Tablo 2. Vatandaşlık algı ölçeğinin cinsiyete ilişkin t-testi sonuçları

Değişken	N	$\bar{X}$	S	Sd	t	p
Cinsiyet	Kadın	455	2.64	.53		
	Erkek	109	2.77	.58	562	.38

Tablo 2’deki bulgular incelendiğinde, kadın adayların ortalamalarının 2.64; erkek öğretmen adaylarının 2.77 olduğu görülmektedir. Grupların puan ortalamaları arasındaki farkın anlamlılığını test etmek amacıyla hesaplanan t değerinin ( $t=0.38$ ,  $p>.05$ ) .05 düzeyinde anlamlı

olmadığı anlaşılmaktadır. Buna göre; öğretmen adaylarının, ölçek maddelerine ilişkin görüşleri cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Kadın ve erkek öğretmen adaylarının, ölçeğin maddelerine verdikleri cevapların düzeyleri birbirlerine yakın bulunmuştur. Buradan hareketle, cinsiyet değişkeninin, öğretmen adaylarının, vatandaşlık algılarını değiştiren önemli bir faktör olmadığı bulunmuştur.

Tablo 3. Sosyal medya vatandaşlık algı ölçeğinin cinsiyete ilişkin t-testi sonuçları

Değişken	N	$\bar{X}$	S	Sd	t	p	
Cinsiyet	Kadın	455	63.20	6.64	562	2.11	.03
	Erkek	109	62.21	7.26			

Tablo 3 incelendiğinde öğretmen adaylarının sosyal medya vatandaşlık algısının cinsiyete göre anlamlı bir fark gösterdiği görülmektedir. Erkek öğretmen adaylarının sosyal medya vatandaşlık algısının kadın öğretmen adaylarına oranla daha yüksek olduğu söylenebilir.

### Öğrenim Görülen Program Bağlamında Vatandaşlık ve Sosyal Medya Vatandaşlık Algılarına İlişkin Bulgular

Öğretmen adaylarının öğrenim görülen bölüme göre vatandaşlık algısı puanlarına yönelik betimsel analizleri Tablo 4'te gösterilmiştir.

Tablo 4. Vatandaşlık algı ölçeğinin öğrenim görülen bölüme göre betimleyici istatistikleri

Bölüm	N	$\bar{X}$	Ss
Sınıf Öğretmenliği	109	3.11	.495
Türkçe Öğretmenliği	45	3.16	.550
Matematik Öğretmenliği	179	3.18	.453
Sosyal Bilgiler Öğretmenliği	42	3.25	.514
İngilizce Öğretmenliği	62	3.19	.411
Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık	127	3.18	.454
Toplam	564	3.17	.469

Tablo 4'teki bulgular incelendiğinde en yüksek ortalamanın 3.25 ile Sosyal Bilgiler Öğretmenliğine ait olduğu görülmektedir. Onları sırasıyla 3.19 ile İngilizce Öğretmenliği, 3.18 ile Matematik Öğretmenliği ve Rehberlik Psikolojik Danışmanlık, 3.16 ile Türkçe Öğretmenliği, 3.11 ile Sınıf Öğretmenliği takip etmektedir.

Farklı bölümlerde öğrenim gören öğretmen adaylarının vatandaşlık algılarının birbirinden anlamlı olarak farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizine (ANOVA) ilişkin bulgular Tablo 4.1’de verilmiştir.

Tablo 4.1. *Öğrenim görülen bölüme göre vatandaşlık algısının anova analizi sonuçları*

Değişken	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F Değeri	Anlamlılık Düzeyi
Bölüm	Gruplar	.653	5	.131	.586	.71
	Grup içi	124.405	558	.223		
	Toplam	125.058	563			

Tablodaki veriler incelendiğinde öğretmen adaylarının vatandaşlık algılarının okudukları bölüme göre anlamlı bir farklılık göstermediği görülmektedir.

Sosyal Medya Vatandaşlık Algısı ortalamasının öğretmen adaylarının öğrenim gördükleri bölümlere göre betimsel analizleri Tablo 5’te gösterilmiştir.

Tablo 5. *Sosyal medya vatandaşlık algı ölçeğinin öğrenim görülen bölüme göre betimleyici istatistikleri*

Bölüm	N	$\bar{X}$	Ss
Sınıf Öğretmenliği	109	2.65	.556
Türkçe Öğretmenliği	45	2.77	.582
Matematik Öğretmenliği	179	2.58	.486
Sosyal Bilgiler Öğretmenliği	42	2.88	.639
İngilizce Öğretmenliği	62	2.67	.556
Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık	127	2.69	.454
Toplam	564	2.66	.547

Tablo 5’teki bulgular incelendiğinde en yüksek ortalamanın 2.88 ile Sosyal Bilgiler Öğretmenliğine ait olduğu görülmektedir. Onları sırasıyla 2.77 ile Türkçe Öğretmenliği, 2.69 ile Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık, 2.67 ile İngilizce Öğretmenliği, 2.65 ile Sınıf Öğretmenliği, 2.58 ile Matematik Öğretmenliği takip etmektedir.

Tablo 5.1. *Öğrenim görülen bölüme göre sosyal medya vatandaşlık algısının anova analizi sonuçları*

Değişken	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F Değeri	Anlamlılık Düzeyi	Anlamlı Fark
Bölüm	Grup Arası	164.880	5	.788	2.668	.02	Matematik – Sosyal Bilgiler
	Grup içi	3.941	558	.295			
	Toplam	168821	563				

Tablodaki veriler incelendiğinde sosyal medya vatandaşlık algısının bölümlere göre anlamlı bir farklılık gösterdiği görülmektedir. Farkın nereden kaynaklandığını belirlemek amacı ile yapılan testte Matematik Öğretmenliği ile Sosyal Bilgiler Öğretmenliği bölümleri arasında anlamlı bir fark olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ortalamalar dikkate alındığında Sosyal Bilgiler Öğretmenliği adaylarının ( $\bar{X} = 2.88$ ) sosyal medya vatandaşlık algılarının diğer bölümlere oranla daha yüksek olduğu ve Matematik Öğretmenliği adaylarının ( $\bar{X} = 2.58$ ) diğer bölümlerden daha düşük sosyal medya vatandaşlık algısına sahip olduğu ortaya çıkmıştır.

## Sınıf Düzeyi Bağlamında Vatandaşlık ve Sosyal Medya Vatandaşlık Algılarının İncelenmesine İlişkin Bulgular

Vatandaşlık Algısı ortalamasının öğretmen adaylarının sınıf düzeylerine göre betimsel analizleri Tablo 6'da gösterilmiştir.

Tablo 6. *Vatandaşlık algı ölçeğinin sınıf düzeylerine göre betimleyici istatistikleri*

Sınıf	N	$\bar{X}$	Ss
1	148	3.17	.430
2	153	3.16	.460
3	229	3.17	.504
4	34	3.21	.476
Toplam	564	3.17	.471

Tablo 6'daki bulgular incelendiğinde en yüksek ortalamanın 3.21 ile 4. sınıf öğrencilerine ait olduğu görülmektedir. Onları sırasıyla  $\bar{X} = 3.17$  ile 1. ve 3. sınıf öğrencileri,  $\bar{X} = 3.16$  ile 2. sınıf öğrencileri takip etmektedir.

Tablo 6. 1. *Sınıf düzeyine göre vatandaşlık algısının anova analizi sonuçları*

Değişken	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Ortalama Kare	F	Anlamlılık Düzeyi
Sınıf Düzeyi	Grup Arası	0.78	3	.026	.116	.951
	Gruplar İçi	124.980	560	.223		
	Toplam	125.058	563			

Tablo 6.1. incelendiğinde öğretmen adaylarının sınıf düzeyine göre vatandaşlık algıları arasında anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir.

Sosyal Medya Vatandaşlık Algısı ortalamasının öğretmen adaylarının sınıf düzeylerine göre betimsel analizleri Tablo 7'de gösterilmiştir.

Tablo 7. *Sosyal medya vatandaşlık algı ölçeğinin sınıf düzeylerine göre betimleyici istatistikleri*

Sınıf	N	$\bar{X}$	Ss
1	148	2.58	.493
2	153	2.63	.526
3	229	2.73	.587
4	34	2.75	.543
Toplam	564	2.66	.547

Tablo 7'deki bulgular incelendiğinde en yüksek ortalamanın 2.75 ile 4. sınıf öğrencilerine ait olduğu görülmektedir. Onları sırasıyla  $\bar{X} = 2.73$  ile 3. sınıf öğrencileri,  $\bar{X} = 2.63$  ile 2. sınıf öğrencileri,  $\bar{X} = 2.58$  ile 1. sınıf öğrencileri takip etmektedir.

Tablo 7.1. *Sınıf düzeyine göre sosyal medya vatandaşlık algısının ANOVA analizi sonuçları*

Değişken	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Ortalama Kare	F	Anlamlılık Düzeyi	Anlamlı Fark
Sınıf Düzeyi	Grup Arası	2.608	3	.869	2.929	.033	1. sınıf ve 3. sınıf
	Gruplar İçi	166.213	560	.297			
	Toplam	168.821	563				

Tablo incelendiğinde öğretmen adaylarının sınıf düzeyine göre sosyal medya vatandaşlık algıları arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Farkın nereden kaynaklandığını

belirlemek amacıyla yapılan çoklu karşılaştırma testinde 1. sınıf öğrencileri ile 3. sınıf öğrencileri arasında sosyal medya vatandaşlık algısında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir.

### Aile Gelir Düzeyi Bağlamında Vatandaşlık ve Sosyal Medya Vatandaşlık Algılarının İncelenmesine İlişkin Bulgular

Vatandaşlık Algısı ortalamasının öğretmen adaylarının aile gelir düzeylerine göre betimsel analizleri Tablo 8’de gösterilmiştir.

Tablo 8. *Vatandaşlık algı ölçeğinin aile gelir düzeyine göre betimleyici istatistikleri*

Aile Gelir Düzeyi	N	$\bar{X}$	Ss
0 – 999 TL	36	3.29	.494
1000 – 1999 TL	177	3.09	.496
2000 – 2999 TL	168	3.17	.467
3000 – 3999 TL	120	3.19	.419
4000 TL ve üzeri	63	3.29	.458
Toplam	564	3.17	.471

Tablo 8’deki bulgular incelendiğinde en yüksek ortalamanın 3.29 ile aile gelir düzeyi 4000 TL ve üzeri olan öğretmen adaylarına ait olduğu görülmektedir. Onları sırasıyla  $\bar{X} = 3.28$  ile aile gelir düzeyi 0 – 999 TL olan öğretmen adayları,  $\bar{X} = 3.19$  ile aile gelir düzeyi 3000 – 3999 TL olan öğretmen adayları,  $\bar{X} = 3.17$  ile aile gelir düzeyi 2000 – 2999 TL olan öğretmen adayları,  $\bar{X} = 3.09$  ile aile gelir düzeyi 1000 – 1999 TL olan öğretmen adayları takip etmektedir.

Tablo 8.1. *Aile gelir düzeyine göre vatandaşlık algısının ANOVA analizi sonuçları*

Değişken	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Ortalama Kare	F	Anlamlılık Düzeyi	Anlamlı Fark
Aile Gelir Düzeyi	Grup Arası	2.688	4	.672	3.070	.016	1000-1999 tl ve 4000 tl ve üzeri
	Gruplar İçi	122.370	559	.219			
	Toplam	125.058	563				

Tablodaki veriler incelendiğinde öğretmen adaylarının aile gelir düzeylerinin vatandaşlık algılarını anlamlı şekilde etkilediği görülmektedir. Farkın nereden kaynaklandığını belirlemek amacıyla yapılan testte aile gelir düzeyi aylık 1000-1999 tl olan öğretmen adaylarının vatandaşlık algısı ile aile gelir düzeyi 4000 tl ve üzeri olan öğretmen adaylarının vatandaşlık algısı arasında anlamlı bir fark olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Sosyal Medya Vatandaşlık Algısı ortalamasının öğretmen adaylarının aile gelir düzeylerine göre betimsel analizleri Tablo 9’da gösterilmiştir.

Tablo 9. Sosyal medya vatandaşlık algı ölçeğinin aile gelir düzeyine göre betimleyici istatistikleri

Aile Gelir Düzeyi	N	$\bar{X}$	Ss
0 - 999 TL	36	2.83	.587
1000 - 1999 TL	177	2.59	.526
2000 - 2999 TL	168	2.68	.534
3000 - 3999 TL	120	2.63	.565
4000 TL ve üzeri	63	2.77	.558
Toplam	564	2.66	.547

Tablo 9'daki bulgular incelendiğinde en yüksek ortalamanın 2.83 ile aile gelir düzeyi 0 - 999 TL olan öğretmen adaylarına ait olduğu görülmektedir. Onları sırasıyla  $\bar{X} = 2.77$  ile aile gelir düzeyi 4000 TL ve üzeri olan öğretmen adayları,  $\bar{X} = 2.68$  ile aile gelir düzeyi 2000 - 2999 TL olan öğretmen adayları,  $\bar{X} = 2.63$  ile aile gelir düzeyi 3000 - 3999 TL olan öğretmen adayları,  $\bar{X} = 2.59$  ile aile gelir düzeyi 1000 - 1999 TL olan öğretmen adayları takip etmektedir.

Tablo 9.1. Aile gelir düzeyine göre sosyal medya vatandaşlık algısının ANOVA analizi sonuçları

Değişken	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Ortalama Kare	F	Anlamlılık Düzeyi
Aile Gelir Düzeyi	Grup Arası	2.812	4	.703		
	Gruplar İçi	166.009	559	.297	2.367	.052
	Toplam	168.821	563			

Tablodaki veriler incelendiğinde öğretmen adaylarının aile gelir düzeylerine göre sosyal medya vatandaşlık algılarının anlamlı biçimde etkilemediği görülmektedir. Grupların puan ortalamaları arasındaki farkın anlamlılığını test etmek amacıyla hesaplanan F değerinin ( $F = 2.367$ ,  $p > .05$ ) .05 düzeyinde anlamlı olmadığı görülmektedir. Buna göre; aile gelir düzeyi öğretmen adaylarının sosyal medya vatandaşlık algılarını değiştiren önemli bir faktör olmadığı görülmektedir.

### Barınma Şekli Bağlamında Vatandaşlık ve Sosyal Medya Vatandaşlık Algılarının İncelenmesine İlişkin Bulgular

Öğretmen adaylarının barınma şekillerinin vatandaşlık algısı puanlarına yönelik analizleri Tablo 10'da gösterilmiştir.

Tablo 10. Vatandaşlık algı ölçeğinin öğrenim barınma şekline göre betimleyici istatistikleri

Barınma Şekli	N	$\bar{X}$	Ss
Aile ile Birlikte	294	3.17	.487
Özel Yurt	68	3.19	.413
Devlet Yurdu	157	3.16	.469
Öğrenci Evi	45	3.15	.462
Toplam	564	3.17	.471

Tablo 10 incelendiğinde vatandaşlık algı puanlarında en yüksek ortalamanın  $\bar{X} = 3.19$  ile barınma şekli özel yurt olan öğretmen adaylarına ait olduğu görülmektedir. Ailesi ile birlikte yaşayan öğretmen adaylarının vatandaşlık algısı ortalamalarının  $\bar{X} = 3.17$  ile devlet yurdunda kalan öğretmen adaylarından daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır ( $\bar{X} = 3.16$ ).

Tablo 10.1. Barınma şekline göre vatandaşlık algısının ANOVA analizi sonuçları

Değişken	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Ortalama Kare	F	Anlamlılık Düzeyi
Barınma Şekli	Grup Arası	.054	3	.018	.080	.971
	Gruplar İçi	125.005	560	.223		
	Toplam	125.058	563			

Tablo10.1 incelendiğinde öğretmen adaylarının barınma şekilleri ile vatandaşlık algıları arasında anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir.

Tablo 11. Sosyal medya vatandaşlık algı ölçeğinin öğrenim barınma şekline göre betimleyici istatistikleri

Barınma Şekli	N	$\bar{X}$	Ss
Aile ile Birlikte	294	2.65	.032
Özel Yurt	68	2.68	.070
Devlet Yurdu	157	2.66	.041
Öğrenci Evi	45	2.74	.077
Toplam	564	2.66	.023

Tablo 11'deki bulgulardan hareketle sosyal medya vatandaşlık algısı en yüksek olan grubun 2,74 ortalama ile öğrenci evinde kalan öğretmen adaylarına ait olduğu belirlenmiştir. Özel yurtlarda kalan öğretmen adaylarının sosyal medya vatandaşlık algısı ortalamalarının (2.68) devlet yurtlarında kalan öğretmen adaylarından daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır (2.66).

Tablo 11.1. Barınma şekline göre sosyal vatandaşlık algısının ANOVA analizi sonuçları

Değişken	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Ortalama Kare	F	Anlamlılık Düzeyi
Barınma Şekli	Grup Arası	.333	3	.111	.369	.775
	Gruplar İçi	168.488	560	.301		
	Toplam	168.821	563			

Tablo 11.1. incelendiğinde öğretmen adaylarının barınma şekilleri ile sosyal medya vatandaşlık algıları arasında anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir.

### Kitap Bitirme Süreleri Bağlamında Vatandaşlık ve Sosyal Medya Vatandaşlık Algılarının İncelenmesine İlişkin Bulgular

Tablo 12. Vatandaşlık algı ölçeğinin kitap bitirme süresine göre betimleyici istatistikleri

Kitap Bitirme Süresi	N	$\bar{X}$	Ss
1 Hafta	159	3.25	.496
2 Hafta	145	3.19	.442
3 Hafta	79	3.21	.429
1 Ay	57	3.08	.498
3 Ay	37	3.10	.441
Kitap Okumuyorum	87	3.02	.468
Toplam	564	3.17	.471

Tablo incelendiğinde vatandaşlık algısı puanlarına ilişkin en yüksek ortalamanın 3.25 ile kitap bitirme süresi 1 hafta olan öğretmen adaylarına ait olduğu görülmektedir. 3.21 ile kitap



bitirme süresi üç hafta olan öğretmen adaylarının vatandaşlık algısı puan ortalamalarının, kitap bitirme süresi iki hafta olan öğretmen adaylarının ortalamalarından (3.19) ve kitap bitirme süresi üç ay olan öğretmen adaylarının ortalamalarından (3.10) yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Kitap okumayan öğretmen adaylarının vatandaşlık algısı puan ortalamalarının ise (3.02) en düşük olduğu görülmektedir.

Tablo 12.1. *Kitap bitirme süresine göre vatandaşlık algısının ANOVA analizi sonuçları*

Değişken	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Ortalama Kare	F	Anlamlılık Düzeyi	Anlamlı Fark
Kitap Bitirme Süresi	Grup Arası	3.837	5	.767			
	Gruplar İçi	121.221	558	.217	3.533	.004	1 hafta ve okumuyorum
	Toplam	125,058	563				

Tablodaki veriler incelendiğinde öğretmen adaylarının kitap bitirme süreleri ile vatandaşlık algıları arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Farkın kaynağını belirlemek amacıyla yapılan testte kitap bitirme süresi 1 hafta olan öğretmen adayları ile kitap okumadığını belirten öğretmen adaylarının vatandaşlık algıları arasında anlamlı bir fark olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 13. *Sosyal medya vatandaşlık algı ölçeğinin öğrenim kitap bitirme göre betimleyici istatistikleri*

Kitap Bitirme Süresi	N	$\bar{X}$	Ss
1 Hafta	159	2.75	.596
2 Hafta	145	2.65	.517
3 Hafta	79	2.77	.569
1 Ay	57	2.60	.467
3 Ay	37	2.48	.507
Kitap Okumuyorum	87	2.55	.512
Toplam	564	2.66	.547

Tablo incelendiğinde en yüksek ortalamanın 2.77 ile kitap bitirme süresi 3 hafta olan öğretmen adaylarına ait olduğu görülmektedir. Kitap bitirme süresi 1 hafta olan öğretmen adaylarının sosyal medya vatandaşlık algı puanları ortalamasının (2.75) kitap bitirme süresi 2 hafta olan öğretmen adaylarının (2.65) ve kitap bitirme süresi 1 ay olan öğretmen adaylarının (2.60) sosyal medya vatandaşlık algı puanları ortalamasından yüksek olduğu belirlenmiştir. Kitap bitirme süresi 3 ay olan öğretmen adaylarının sosyal medya vatandaşlık algı ortalamalarının ise 2,48 ile en düşük olduğu belirlenmiştir.

Tablo 13.1. *Kitap bitirme süresine göre sosyal medya vatandaşlık algısının ANOVA analizi sonuçları*

Değişken	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Ortalama Kare	F	Anlamlılık Düzeyi	Anlamlı Fark
Kitap Bitirme Süresi	Grup Arası	4.634	5	.927			
	Gruplar İçi	164.187	558	.294	3.150	.008	1 hafta – 3ay ve okumuyorum
	Toplam	168.821	563				

Tablo 13.1'deki veriler incelendiğinde öğretmen adaylarının kitap bitirme süreleri ile sosyal medya vatandaşlık algıları arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Farkın kaynağını belirlemek amacıyla yapılan testte kitap bitirme süresi 1 hafta olan öğretmen adayları ile kitap bitirme süresi 3 ay olan öğretmen adayları ve kitap okumadığını belirten öğretmen adaylarının sosyal medya vatandaşlık algıları arasında anlamlı bir fark olduğu görülmüştür.

### Sosyal Medya Kullanma Durumu Bağlamında Öğretmen Adaylarının Vatandaşlık ve Sosyal Medya Vatandaşlık Algılarının İncelenmesine İlişkin Bulgular

Tablo 14. *Vatandaşlık algı ölçeğinin sosyal medya kullanım durumuna ilişkin T- Testi sonuçları*

Değişken	N	$\bar{X}$	S	Sd	t	p
Evet	507	3.18	.46	562	1.11	.26
Hayır	57	3.10	.54			

Tablo 14'e göre sosyal medya kullanan öğretmen adayları ile kullanmayan öğretmen adaylarının vatandaşlık algıları arasında anlamlı bir farklılaşma görülmemiştir ( $p=.26 > .05$ )

Tablo 15. *Sosyal medya vatandaşlık algı ölçeğinin sosyal medya kullanım durumuna ilişkin T- Testi sonuçları*

Değişken	N	$\bar{X}$	S	Sd	t	p
Evet	507	2.68	.54	562	1.78	.07
Hayır	57	2.54	.60			

Tablo 15'te sosyal medya kullanımı ile sosyal medya vatandaşlık algıları arasında anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir ( $p = .07 > .05$ )

### Sosyal Medya Hesaplarına Giriş Sıklığı Bağlamında Vatandaşlık ve Sosyal Medya Vatandaşlık Algılarının İncelenmesine İlişkin Bulgular

Tablo 16. *Vatandaşlık algı ölçeğinin sosyal medyahasaplarına giriş sıklığına göre betimleyici istatistikleri*

Sosyal Medya Giriş Sıklığı	N	$\bar{X}$	Ss
Her Gün	463	3.18	.457
İki Günde Bir	34	3.12	.524
Haftada Bir	10	3.38	.366
Ayda Bir	4	3.04	.689
Hesabım Yok	53	3.09	.547
Toplam	564	3.17	.471

Tablodaki veriler incelendiğinde en yüksek vatandaşlık algısı ortalamasının 3.38 ile haftada bir sosyal medya hesaplarına giren öğretmen adaylarına ait olduğu görülmektedir. Sosyal medya hesaplarına her gün giren öğretmen adaylarının vatandaşlık algı ortalamaları (3.18), sosyal medya hesaplarına iki günde bir giren öğretmen adaylarından (3.12) ve sosyal medya hesabı kullanmayan öğretmen adaylarından (3.09) daha yüksektir. Sosyal medya hesabına ayda bir giren öğretmen adaylarının ise 3.04 ile vatandaşlık algı ortalamalarının en düşük olduğu ortaya çıkmıştır.

Tablo 16. 1. Sosyal medya hesaplarına giriş sıklığına göre vatandaşlık algısının ANOVA analizi sonuçları

Değişken	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Ortalama Kare	F	Anlamlılık Düzeyi
Sosyal Medya Giriş Sıklığı	Grup Arası	1.000	4	.250	1.127	.343
	Gruplar İçi	124.058	559	.222		
	Toplam	125.058	563			

Tablodaki veriler incelendiğinde öğretmen adaylarının sosyal medya hesaplarını kullanım sıklığı ile vatandaşlık algıları arasında anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir.

Tablo 17. Sosyal medya vatandaşlık algı ölçeğinin sosyal medyahasaplarına giriş sıklığına göre betimleyici istatistikleri

Sosyal Medya Giriş Sıklığı	N	$\bar{X}$	Ss
Her Gün	463	2.67	.538
İki Günde Bir	34	2.65	.556
Haftada Bir	10	3.13	.478
Ayda Bir	4	2.65	.337
Hesabım Yok	53	2.49	.592
Toplam	564	2.66	.547

Tablodaki veriler incelendiğinde sosyal medya vatandaşlık algısı en yüksek olan öğretmen adaylarının sosyal medya hesaplarına haftada bir giren öğretmen adayları ( $\bar{X} = 3.13$ ) olduğu görülmüştür. Sosyal medya hesaplarına her gün giren öğretmen adaylarının sosyal medya vatandaşlık algı ortalamaları (2.67), sosyal medya hesaplarına iki günde bir (2.65) ve ayda bir (2.65) giren öğretmen adaylarından daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Sosyal medya hesabı olmayan öğretmen adaylarının ise 2.49 ile en düşük sosyal medya vatandaşlık algı ortalamasına sahip olduğu belirlenmiştir.

Tablo 17.1 Sosyal medya hesaplarına giriş sıklığına göre sosyal medya vatandaşlık algısının ANOVA analizi sonuçları

Değişken	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Ortalama Kare	F	Anlamlılık Düzeyi	Anlamlı Fark
Sosyal Medya Giriş Sıklığı	Grup Arası	3.804	4	.951	3.221	.013	Haftada bir ve Hesabım yok
	Gruplar İçi	165.018	559	.295			
	Toplam	168.821	563				

Tablodaki veriler incelendiğinde öğretmen adaylarının sosyal medya vatandaşlıklarının sosyal medya hesaplarına giriş sıklığına göre anlamlı bir fark gösterdiği görülmektedir. Farkın nereden kaynaklandığını belirlemek amacıyla yapılan testte sosyal medya hesaplarına haftada bir girdiğini belirten öğretmen adayları ile sosyal medya hesabı olmadığını belirten öğretmen adaylarının sosyal medya vatandaşlık algıları arasında anlamlı bir fark olduğu görülmüştür.

### Öğretmen Adaylarının Vatandaşlık ve Sosyal Medya Vatandaşlık Algılarının Süreli Bir Yayın Takip Etme Durumuna Göre İncelenmesine İlişkin Bulgular

Tablo 18. Vatandaşlık algı ölçeğinin süreli bir yayın takip etme durumuna ilişkin T- Tesi sonuçları

Değişken	N	$\bar{X}$	S	Sd	t	p
Evet	167	3.34	.45	562	5.73	.00
Hayır	397	3.10	.45			

Tablo incelendiğinde öğretmen adaylarının herhangi bir süreli yayın takip etme durumlarına göre vatandaşlık algıları arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Süreli bir yayın takip eden öğretmen adaylarının ( $\bar{X} = 3.34$ ) süreli bir yayın takip etmeyen öğretmen adaylarına ( $\bar{X} = 3.10$ ) göre daha yüksek vatandaşlık algısına sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 19. Sosyal medya vatandaşlık algı ölçeğinin süreli bir yayın takip etme durumuna ilişkin T- Testi sonuçları

Değişken	N	$\bar{X}$	S	Sd	t	p
Evet	167	2.89	.56	562	6.57	.00
Hayır	397	2.57	.51			

Tablo incelendiğinde öğretmen adaylarının herhangi bir süreli yayın takip etme durumlarına göre sosyal medya vatandaşlık algıları arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Süreli bir yayın takip eden öğretmen adaylarının ( $\bar{X} = 2.89$ ) süreli bir yayın takip etmeyen öğretmen adaylarına ( $\bar{X} = 2.57$ ) göre daha yüksek sosyal medya vatandaşlık algısına sahip olduğu görülmektedir.

### Sonuç ve Tartışma

Bu araştırma öğretmen adaylarının vatandaşlık ve sosyal medya vatandaşlık algılarına ilişkin görüşlerini saptamak amacıyla Erciyes Üniversitesi Ziya Eren Eğitim Fakültesi'nde öğrenim görmekte olan 564 öğrencinin katılımıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın alt problemi "Öğretmen adaylarının vatandaşlık ve sosyal medya vatandaşlık algılarının cinsiyet, bölüm, sınıf düzeyi, aile gelir düzeyi, barınma şekilleri, kitap bitirme süreleri, sosyal medya kullanıp kullanmama durumları, sosyal medya kullanım sıklıkları ve süreli bir yayını takip etme durumları değişkenlerine göre farklılık göstermekte midir?" olarak belirlenmiştir. Yapılan analizler sonucunda öğretmen adaylarının vatandaşlık algılarının cinsiyete göre değişmediği sonucuna ulaşılmıştır. Sağlam (2011)'in çalışmasında da bu bulgulara benzer olarak vatandaşlık algısının cinsiyete göre değişmediği görülmüştür. Bir başka çalışmada bu çalışmaya benzer sonuçlara ulaşılmış ve katılımcıların vatandaşlık algıları arasında anlamlı bir fark görülmemiştir (Taşlıyan, Çiçeklioğlu, Yılmaz ve Sezer, 2016). Ancak sosyal medya vatandaşlık algılarının cinsiyete göre değiştiği sonucuna ulaşılmıştır. Erkek öğretmen adayları kadın öğretmen adaylarına göre daha yüksek sosyal medya vatandaşlık algısına sahiptir. Kocadağ (2012) de öğretmen adaylarının dijital vatandaşlık düzeylerini incelediği çalışmasında da erkek öğretmen adaylarının dijital vatandaşlık düzeylerinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşmıştır. Özmen ve Er (2012) tarafından yapılan bir araştırmanın sonuçları da bu çalışmanın sonuçları ile örtüşmektedir. Çalışmada erkek katılımcıların sanal ortamdaki vatandaşlıkta kadın katılımcılardan daha hassas olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Utku (2015) ise yaptığı çalışmasında bu çalışmanın aksine kadın öğrenciler ile erkek öğrenciler arasında sosyal medya vatandaşlık algısı düzeyine ilişkin anlamlı bir fark olmadığı sonucuna ulaşmıştır. Taşlıyan ve arkadaşları

(2016) da çalışmasında öğrencilerin sosyal medya vatandaşlık algılarının cinsiyet açısından anlamlı bir fark göstermediği sonucuna ulaşmıştır. Bu farklı sonuçlara göre cinsiyet değişkeninin tek başına sosyal medya vatandaşlık algısını etkileyen bir faktör olmadığı sonucuna ulaşılabilir. Analizler sonucunda öğretmen adaylarının öğrenim gördükleri bölümlere göre vatandaşlık algıları arasında anlamlı bir farka sahip olmadıkları, ancak sosyal medya vatandaşlık algıları arasında anlamlı bir farkın olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sosyal Bilgiler Öğretmenliği öğrencilerinin sosyal medya vatandaşlık algılarının en yüksek, Matematik Öğretmenliği öğrencilerinin sosyal medya vatandaşlık algılarının ise en düşük düzeyde olduğu bulgulanmıştır. Kocadağ (2012) ise çalışmasında Türkçe Öğretmenliği öğretmen adaylarının dijital vatandaşlık düzeylerinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşmıştır. Sosyal medya vatandaşlık algısının öğretmen adaylarının öğrenim gördüklere bölümlere göre farklılık göstermesinin birçok nedeni olabilir. Öğretmen adaylarının sosyal medya hesaplarını hangi amaçlarla kullandığını, sosyal medya hesaplarında geçirdikleri süreyi ne kadar etkili kullandıklarını incelemeye yönelik farklı araştırmalar yapılabilir. Sağlam (2011)'in Sınıf Öğretmenliği ve Sosyal Bilgiler Öğretmenliği öğretmen adayları ile yaptığı çalışmasında da, Sınıf Öğretmenliği öğretmen adaylarının Sosyal Bilgiler Öğretmenliği öğretmen adaylarından daha yüksek vatandaşlık algısına sahip olduğu sonucuna ulaşılsa da, bu çalışmaya benzer olarak öğretmen adaylarının vatandaşlık algılarının okudukları bölüme göre anlamlı bir fark göstermediği sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmada vatandaşlık algısının sınıf düzeyine göre anlamlı şekilde değişmediği, sosyal medya vatandaşlık algısının ise sınıf düzeyleri arasında anlamlı bir fark gösterdiği görülmüştür. Sosyal medya vatandaşlık algı düzeyi en yüksek olan öğretmen adaylarının 4. sınıf öğrencileri, en düşük olan öğretmen adaylarının ise 1. sınıf öğrencileri olduğu ortaya çıkmıştır. Utku (2015) ise bu çalışmadan farklı olarak öğrencilerin sosyal medya vatandaşlık algıları arasında anlamlı bir fark olmadığı sonucuna ulaşmıştır. Aylık aile gelir düzeyi değişkenine göre öğretmen adaylarının vatandaşlık algılarının anlamlı bir şekilde değiştiği görülmüştür. Aylık aile gelir düzeyi 0 - 999 TL ve aylık aile gelir düzeyi 4000 TL ve üzeri olan öğretmen adaylarının diğer öğretmen adaylarından daha yüksek vatandaşlık algısına sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Sağlam (2011) ise çalışmasında gelir düzeyi arttıkça vatandaşlık algısının arttığı sonucuna ulaşmıştır. Sosyal medya vatandaşlık algısı ise aile gelir düzeyi bağlamında etkili bir faktör olarak görülmemiştir. Çalışmada öğretmen adaylarının barınma şekilleri bağlamında vatandaşlık ve sosyal medya vatandaşlık algıları arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır. Utku (2015) de yaptığı çalışmasının sonuçlarında öğrencilerin barınma şekillerinin vatandaşlık ve sosyal medya vatandaşlığı algılarını anlamlı bir şekilde etkilemediğini belirtmiştir. Öğretmen adaylarının kitap bitirme süreleri ile vatandaşlık ve sosyal medya vatandaşlık algıları arasında anlamlı bir fark olduğu görülmüştür. Kitap bitirme süresi bir hafta olan öğretmen adaylarının vatandaşlık algılarının en yüksek, kitap okumayan öğretmen adaylarının ise vatandaşlık algılarının diğer öğretmen adaylarına göre daha düşük olduğu ortaya çıkmıştır. Utku (2015) tarafından yapılan çalışmada da kitap bitirme süresi daha az olan öğrencilerin vatandaşlık algılarının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuçlardan hareketle kitap okumanın etkili bir vatandaş olma konusunda önemli olduğu söylenebilir. Kitap bitirme süresi üç hafta olan öğretmen adaylarının ise en yüksek sosyal medya vatandaşlık algısına, kitap bitirme süresi üç ay olan öğretmen adaylarının ise en düşük sosyal medya vatandaşlık algısına sahip olduğu görülmüştür. Utku (2015)'in araştırmasında da kitap bitirme süresi daha az olan öğrencilerin sosyal medya

vatandaşlık algılarının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sosyal medya kullanımı bağlamında ise vatandaşlık ve sosyal medya vatandaşlık algısı arasında ise anlamlı bir farkın olmadığı görülmüştür. Çalışmanın sonuçları Taşlıyan ve arkadaşları (2016) tarafından yapılan çalışmanın sonuçları ile örtüşmektedir. Çalışmada öğrencilerin interneti aktif kullanma durumlarının vatandaşlık ve sosyal medya vatandaşlık algılarını anlamlı bir şekilde etkilemediği görülmüştür. Öğretmen adaylarının sosyal medya hesaplarını kullanım sıklığı ile vatandaşlık algıları arasında anlamlı bir farka rastlanmazken, sosyal medya kullanım sıklığı sosyal medya vatandaşlık algıları arasında anlamlı bir fark ortaya çıkmıştır. Sosyal medya hesaplarına haftada bir giren öğretmen adaylarının diğer öğretmen adaylarından daha yüksek sosyal medya vatandaşlık algısına sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuca göre sosyal medya hesaplarına giriş sıklığının sosyal medya vatandaşı olma konusunda bir öneme sahip olduğu sonucuna ulaşılabilir. Sosyal medya hesaplarında geçirilen süre arttıkça daha yüksek düzeyde sosyal medya vatandaşı olmanın doğru orantılı olduğu söylenebilir. Öğretmen adaylarının herhangi bir süreli yayın takip etme durumlarına göre vatandaşlık ve sosyal medya vatandaşlık algıları arasında da anlamlı bir fark olduğu bulunmuştur. Süreli bir yayın takip eden öğretmen adaylarının süreli bir yayın takip etmeyen öğretmen adaylarına göre hem daha yüksek vatandaşlık algısına hem de daha yüksek sosyal medya vatandaşlık algısına sahip olduğu görülmüştür. Bu çalışmanın aksine Utku (2015)'in çalışmasında ise süreli bir yayın takip etme durumuna göre öğrencilerin sosyal medya vatandaşlık algıları arasında anlamlı bir fark olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Sonuçların farklılık göstermesinin sebebi katılımcıların ilgi alanları doğrultusunda süreli bir yayını takip etmelerinden kaynaklanıyor olabilir. İlgi duyduğu alanlarda bir süreli yayını takip eden öğretmen adaylarının buna paralel olarak vatandaşlık algıları ve sosyal medya hesaplarındaki vatandaşlıkları arasında olumlu yönde bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılabilir.

### Öneriler

İnternet ve sosyal medya kullanımının gün geçtikçe daha da arttığı göz önüne alınırsa öğrenim programları arasındaki farklar da dikkate alınarak sosyal medya kullanımını eğitimin bir parçası haline getirilerek öğretmen adaylarının daha nitelikli bir sosyal medya kullanıcısı olmaları sağlanabilir. Öğretmenler sosyal medya platformları üzerinden ilgi çekici gruplar kurup, öğrencilerin ilgisini farklı etkinlikler üzerinde canlı tutabilirler.

### Kaynakça

- Altunya, N. (2003). *Vatandaşlık bilgisi*. Ankara: Nobel Yayın.
- Arat, Y. (1998). Türkiye'de toplumsal cinsiyet ve vatandaşlık. İçinde Ünsal, A. (Ed.), *75 Yılda Tebaa'dan Yurttaş'a Doğru* (ss. 67-76). İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Caymaz, B. (2007). *Türkiye'de vatandaşlık; resmi ideoloji ve yansımaları*. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Çıldan, C., Ertemiz, M., Küçük, E., Tumuçin, K. H., ve Albayrak, D. (2013). Sosyal medyanın politik katılım ve hareketlerindeki rolü. *Akademik Bilişim*, 1-3.
- Çubukçu, A. ve Bayzan, Ş. (2013). Türkiye'de dijital vatandaşlık algısı ve bu algıyı internetin bilinçli, güvenli ve etkin kullanımı ile artırma yöntemleri. *Middle Eastern and African Journal Of Educational Research* (5), 148-174.
- Dikme, G. (2013). *Üniversite öğrencilerinin iletişimde ve günlük hayatta sosyal medya kullanım alışkanlıkları: Kadir Has Üniversitesi örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kadir Has Üniversitesi, İstanbul.
- Doğanay, A. (2009). Öğretmen adaylarının vatandaşlık algısı ve eylemlerinin siyasal toplumsallaşma bağlamında değerlendirilmesi. *I. Uluslararası Avrupa Birliği, Demokrasi, Vatandaşlık ve Vatandaşlık Eğitimi Sempozyumu Bildirileri*, (s 2844).
- Doğanay, A. ve Sarı, M. (2009). Lise öğrencilerinin vatandaşlık algılarına etki eden faktörlerin analizi. *I. Uluslararası Avrupa Birliği, Demokrasi, Vatandaşlık Ve Vatandaşlık Eğitimi Sempozyumu Bildirileri*.
- Eren, E. Ş. (2014). Sosyal Meya Kullanım Amaçlarının Geliştirilmesi Ve Bazı Kişisel Değişkenlere Göre İncelenmesi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 29 (4), 230-243.
- Ersoy, A. F. (2007). *Sosyal bilgiler dersinde öğretmenlerin etkili vatandaşlık eğitimi uygulamalarına ilişkin görüşleri*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Farmer, L. (2010) 21. century standarts for information literacy. *Leadership*, 39 (4), 20-22.
- Kepenekci, Y. K. (2008). *Eğitimciler için insan hakları ve vatandaşlık*. Ankara: Ekinoks Yayınları.
- Kocadağ T. (2012). *öğretmen adaylarının dijital vatandaşlık düzeylerinin belirlenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Karadeniz Teknik Üniversitesi, Trabzon.
- Onat, F. (2010). Bir halkla ilişkiler uygulama alanı olarak sosyal medya kullanımı: sivil toplum örgütleri üzerine bir inceleme. *İletişim, Kuram Ve Araştırma Dergisi*, (31), 103-122.
- Özmen, C. ve Er, H. (2012). Sanal ortamda vatandaşlık. *Bartın Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, I(1), 204-216.
- Öztürk, C. ve Dilek, D. (2003). *Hayat bilgisi ve sosyal bilgiler öğretimi*. Ankara: Pegem A Yayıncılık.
- Öztürk, C. ve Otluoğlu, R. (2003). *Sosyal bilgiler öğretiminde edebi ürünler ve yazılı materyaller (2. baskı b.)*. Ankara: Pegem A Yayıncılık.
- Ribble, M. (2011). *Digital citizenship in schools* (2nd ed.). Eugene, OR: International Society for Technology in Education.
- Sağlam, H. İ. (2011). Öğretmen Adaylarının Etkili Vatandaşlık Yeterlilik Düzeyleri. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 19(1), 39-50.
- Sağırlı, M. (2005). Bir konu alanı olarak vatandaşlık bilgisi. İçinde, Töre Temiz, E. (Ed.) *Vatandaşlık Bilgisi*. (ss. 10-26). İstanbul: Lisans Yayıncılık.
- Sayımer, İ. (2014). Medya ortamında ağlar oluşturan toplumsal hareket deneyimleri. *Mesleki Geişim Ve Araştırma Dergisi*, 2 (Özel Sayı), 97-112.
- Sütcü, G.B. (2010). Blog ortamı ve Türkiye'de blogosferdeki akademik entelektüeller örneği. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi.
- TDK, Güncel Türkçe Sözlük. (2012). 14.04.2017 tarihinde [http://www.Tdk.Gov.Tr/Index.Php?Option=Com\\_GtsveArama=GtsveGuid=Tdk.Gts.58f5d973de02f8.97082868](http://www.Tdk.Gov.Tr/Index.Php?Option=Com_GtsveArama=GtsveGuid=Tdk.Gts.58f5d973de02f8.97082868) erişilmiştir.
- Taşlıyan, M., Çiçeklioğlu, H., Yılmaz, Ö. İ., ve Sezer, B. Y Kuşağı Bireylerinin Vatandaşlık Ve Sosyal Medya Vatandaşlık Algısının Farklı Değişkenlerce İncelenmesi. *2. Uluslararası Çin'den Adriyatik'e Sosyal Bilimler Kongresi*, 418-432.

- Tektaş, N. (2014). Üniversite öğrencilerinin sosyal ağları kullanımlarına yönelik bir araştırma. *Tarih Okulu Dergisi* (17), 851-870.
- Tunç, M. (2012). Sosyal Medyada Protesto. *International Symposium On Language And Communication: Research Trends And Challenges*, 1168-1178.
- Utku, M. (2015). *Üniversite öğrencilerinin vatandaşlık ve sosyal medya (sosyal ağ) vatandaşlık algısının çeşitli değişkenlere göre incelenmesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Erzincan Üniversitesi, Erzincan.
- Vizenor, K. V. (2013). *Binary Lives: Digital Citizenship and Disability Participation in a User Content Created Virtual World*. Doctoral Dissertation, University at Buffalo, New York.