



SOSYAL MEDYA KULLANIMI BAĞLAMINDA POPÜLER KÜLTÜRÜN TÜRKÇEYE ETKİLERİNE İLİŞKİN TÜRKÇE VE TÜRK DİLİ VE EDEBİYATI ÖĞRETMENİ ADAYLARININ GÖRÜŞLERİ

(Araştırma Makalesi)

Mesut BULUT (*), Abdulkadir KIRBAŞ (**)

Öz

Bu araştırma, Türkçe ve Türk dili ve edebiyatı öğretmeni adaylarının sosyal medya kullanımı bağlamında popüler kültürün Türkçeye olan etkilerine ilişkin görüşlerinin tespit edilmesine yöneliktir. Araştırmada, nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın deseni ise nitel araştırma yöntemi desenlerinden fenomenoloji desendir. Veri toplama aracı olarak öğretmen adaylarının görüşlerinin alınabilmesi için Google Forms aracılığıyla açık uçlu yazılı sorulardan oluşan anket formu kullanılmıştır. Örneklem seçiminde amaçlı örnekleme yöntemlerinden ölçüt örnekleme (çalışma grubu) kullanılmıştır. Araştırmanın katılımcılarını, 2020-2021 eğitim ve öğretim yılının bahar döneminde bir devlet üniversitesinin eğitim fakültesi Türkçe ve Türk Dili ve Edebiyatı Öğretmenliği Programında öğrenim görmekte olan 15'i erkek, 43'ü kadın olmak üzere toplam 58 öğretmen adayı oluşturmaktadır. Elde edilen veriler, betimsel ve içerik analizi teknikleriyle analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda, öğretmen adaylarına göre Instagram, WhatsApp, Twitter, Facebook, YouTube, Google Plus, Tiktok, Snapchat, Telegram, Bip, Tango, Line, Viber, Myspace, Pinterest, LinkedIn, Flickr, Tumblr, Blogger, Wikipedia, Donanım Haber, Shift Delete vb. sosyal medya uygulamaları/araçları, popüler kültürün yaygınlaşmasında önemli etkilere sahiptir. Öğretmen adayları, popüler kültürün sosyal medya özelinde genel manada dili olumsuz yönde etkilediğini, dilde kalıcı sorunlara, zararlara neden olduğunu, dilde yozlaşmayı ve kirlenmeyi tetiklediğini belirtmişlerdir. Ayrıca öğretmen adayları, popüler kültür sarmalındaki sosyal medyada, telaffuz/söyleyiş yanlışları, yazım

*) Doç. Dr., Atatürk Üniversitesi, Kâzım Karabekir Eğitim Fakültesi, Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi Bölümü, Türk Dili ve Edebiyatı Eğitimi Anabilim Dalı
(e-posta: mesutbulut@atauni.edu.tr). ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0733-0964>

***) Doç. Dr., Atatürk Üniversitesi, Kâzım Karabekir Eğitim Fakültesi, Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi Bölümü, Türkçe Anabilim Dalı, (e-posta: kadir_smk@hotmail.com)
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-9846-0256>

kuralları ve noktalama işaretleri ile ilgili sorunlar, anlatım bozuklukları, yanlış sözcük seçimi, argo ve kaba sözcük kullanımı, yabancı sözcük ve karakter kullanımı, devrik cümle kullanımı şeklinde ortaya çıkan Türkçenin sorunlarına yönelik olarak sorunun millî hassasiyetle çözülebileceğini, bununla birlikte dil öğretiminde yaparak yaşayarak öğrenme anlayışıyla yaklaşılmasının, bireylerin eğitilmesinin, duyarlılıklarının artırılmasının ve birtakım yaptırımlar getirilmesinin önemli olduğunu ifade ettikleri belirlenmiştir. Araştırmada elde edilen sonuçlar doğrultusunda, sosyal medya kullanımı konusunda belli bir kültür seviyesine sahip olunmasının, özellikle yazım kurallarına, söyleyiş/telaffuz yanlışlarına, anlatım bozukluklarına dikkat edilmesinin ve sosyal medya kullanımında millî bilinçle davranılmasının önemli olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Popüler Kültür, Türkçe, Türk Dili ve Edebiyatı, Sosyal Medya, Öğretmen Adayı, Görüşler.

Opinions of Turkish and Turkish Language and Literature Preservice Teachers on the Effects of Popular Culture on Turkish in the Context of Social Media Use

Abstract

This research aims to determine the views of Turkish and Turkish Language and Literature teacher candidates on the effects of popular culture on Turkish in the context of social media use. Qualitative research method was used in the research. The design of the research is the phenomenology design, one of the qualitative research method designs. As a data collection tool, a questionnaire consisting of open-ended written questions was used through Google Forms in order to get the opinions of the pre-service teachers. Criterion sampling (study group), one of the purposive sampling methods, was used in the selection of the sample. The participants of the research consist of 58 preservice teachers, 15 of whom are male, 43 female, studying in the Turkish and Turkish Language and Literature Teaching Program at a state university in the spring semester of the 2020-2021 academic year. The obtained data were analyzed with descriptive and content analysis techniques. As a result of the research, according to the preservice teachers, Instagram, WhatsApp, Twitter, Facebook, YouTube, Google Plus, Tiktok, Snapchat, Telegram, Bip, Tango, Line, Viber, Myspace, Pinterest, LinkedIn, Flickr, Tumblr, Blogger, Wikipedia, Hardware news, Shift Delete etc. social media applications/tools have important effects on the spread of popular culture. Pre-service teachers stated that popular culture negatively affects the language in general, especially in social media, causes permanent problems and damages in the language, and triggers degeneration and contamination in the language. In addition, it was determined that the pre-service teachers expressed that the problems with using Turkish language in the social media in the spiral of popular culture, which emerged in the form of pronunciation / pronunciation mistakes, problems with spelling rules and punctuation, expression disorders, wrong word selection, use of slang and vulgar words, use of foreign words and characters, use of inverted sentences, could be overcome with a national consciousness, and that it is important to approach

language teaching with an understanding of learning by doing, to educate individuals, to increase their sensitivity and to impose some sanctions. In line with the results obtained in the research, it has been determined that it is important to have a certain level of culture in the use of social media, to pay attention to spelling rules, utterance/pronunciation mistakes, expression disorders, and to act with a national consciousness in the use of social media.

Keywords: *Popular Culture, Turkish, Turkish Language and Literature, Social Media, Teacher Candidate, Opinions.*

Giriş

İnsanlar arasında anlaşmaya sağlayan iletişim, bildirişim (communication) aracı olan dil (Korkmaz vd., 2010, s.1; Aktaş ve Gündüz, 2011, s.17; Ergin, 2000, s.7), insanı insan yapan niteliklerin başında gelir. Topluluklar hâlinde yaşayan insan kitlelerinin birbirleriyle anlaşmalarını sağlayan tek araç olarak da değerlendirilen dil, bir toplumun/ulusun ortak düşüncesi, uygarlığının ve kültürünün aynasıdır (Kantemir, 1995; Aksan, 1995). Bu itibarla bir toplumu ulus yapan en güçlü bağ dildir. Dil, bireylerin vatanına, milletine, tarihine bağlı olarak yetişmelerini ve kültürel değerlerini özümseyerek gelecek nesillere aktarmalarını sağlamakla kalmaz, aynı zamanda geçmişle gelecek arasında zincirin halkası gibi köprü vazifesi görür (Aksan, 1995, s. 13).

Dil, geçmiş ile gelecek arasında en güçlü bağı kuran temel araçtır (Göçer, 2012, s.51). Bu itibarla bir millete ait olan kültürel değerlerin kavratılmasında ve benimsetilmesinde önemli işlevleri yerine getiren dil, bu işlevleriyle toplumun kültürel değerlerinin yayılmasında ve geleceğe taşınmasında kültür aktarımı açısından önemli rol oynamaktadır (Melanlıoğlu, 2008, s.65).

Dil, kültür ile birlikte öğrenilir, çünkü kültürün taşıyıcısı dildir. Her milletin kendine özgü bir dili ve yaşayış tarzı vardır. Bu yaşayış tarzı da kültürdür (Karakuş, 2006: V). Kültür, geleneklerden ve inanışlardan gelen maddi ve manevi davranış biçimlerinin, ideallerin, toplumsal yaşam pratiklerinin ve beklentilerin birikimiyle oluşmuş, Latince *cultura* sözcüğünden türemiş, Arapça *ekin* anlamına gelen *hars* sözcüğünden dilimize girmiştir (Kanter vd., 2013, s.9). Kültür, dil ile yaşar, gelişir, varlığını devam ettirir. Bu nedendir ki dil, kültürü besleyen en sağlam hazinedir (Günay,1995, s.4). Kültür kavramı Türkçede uygarlık, medeniyet ve çağdaşlık yerine de kullanılmaktadır (Karlı, 2016, s.39). Kısaca kültür, bir toplumu diğer toplumlardan ayıran, farklı kılan ayırt edici özellik olarak da tanımlanmaktadır. Kültür, dil ile birlikte yaşayan, şekillenen, geçmişten günümüze süregelen yaşantıların sonucunda ortaya çıkan maddi ve manevi değerler manzumesidir.

Bir toplumu anlayabilmenin temel ölçülerinden biri de hiç şüphesiz kültürel değerlerini tanımaktır. Teknolojik değişmelerle birlikte nesilden nesile aktarılan ve sürekli olarak değişimle karşı karşıya kalan kültür, yaşayış tarzımızda hızla gelişen günlük istek, arzu ve davranışlarla birlikte popüler kültür kavramı için uygun bir zemin yaratır. “*Kullan at*”

modeli de denilen popüler kültür, geleneksel toplum anlayışındaki kentli, kasabalı farklı alt kültürlerden gelen insanlardan bazılarının gündelik sıkıntılardan arınma çabalarından kaynaklanan anlamsız tüketime yönelme durumu olarak da değerlendirilebilir (Çakır, 2020, s.32). Popüler sözcüğü, TDK’de (2019, s.1938) ise “*Halkın arasında yaşayan motiflere, öğelere yer veren, onlardan yararlanan, halkın zevkine uygun, halk tarafından tutulan. Herkesçe tanınan, bilinen.*” şeklinde tanımlanmıştır. Popüler kültür ise TDK’de (2019, s.1938), “*Belli bir dönem için geçerli olan, hızlı üretilen ve hızlı tüketilen kültürel öğelerin bütünü.*” olarak tanımlanmıştır. Popüler kültürü, “geniş halk kitlelerinin zevkine uygun oluşan ve onları etkileyen olgular” şeklinde tanımlamak mümkündür (Ünalın, 2014, s.169). Bu tanımlar ışığında popüler kültürü, belli bir süre boyunca moda olan, beğenilen, ilgi duyulan ve tercih edilmekle birlikte teknolojinin sosyal değişimlere yönelik etkilerine bağlı olarak ilgi ve beğenilerin azalması ya da kaybolmasına dayalı kültür şeklinde de tanımlamak da mümkündür.

Yeni medya anlayışıyla birlikte sanal gerçeklik yaşayan bireylerin ortaya çıkardığı kültür, popüler kültür olarak değerlendirilmektedir. Kitle iletişim araçlarıyla birlikte hızla yaygınlaşmakta ve insanları etkisi altına alabilmektedir (Güllüoğlu, 2012, s.64). 21. yüzyılda yaşanan gelişmelerle birlikte küreselleşen dünyada, hızlı toplumsal değişimler kaçınılmazdır. Günümüzde küreselleşme, toplumsal ilişkilerde ve kültürler arasında karmaşık ve yoğun etkileşime neden olmaktadır (İçli, 2001, s.170). Geçmişten günümüze yaşamımızı kolaylaştıran iletişim araçları, teknolojinin etkisiyle iletişim anlayışımızı da değiştirmiştir. Yeni medya olarak tanımlanan bu alan, son yıllarda ortak anlaşma aracılarımız olan Türkçe üzerinde adeta tahakküm kurmuş, özellikle hız ve tüketme anlayışıyla hareket eden genç insanlarımızın/ Y ve Z kuşağının vazgeçilmez tutkusu hâline gelmekle kalmamış; hatta bu durum bağımlılık derecesine ulaşmıştır (Karahisar, 2013, s.72). Teknolojinin gelişmesiyle birlikte bilgi amaçlı olsun ya da sosyal ilişkiler kurmak için olsun, sosyal medya siteleri ve kullanıcı sayıları hızla artmaktadır (Kırnık vd., 2018, s.27). Günümüzde sanal ortam olarak adlandırılan sosyal medya, her kesimden kişilerin düşüncelerini dile getirdiği, yazdığı, tartışmaların yapıldığı, dikkatlerin üzerine toplandığı sosyal mecrâ hâline almıştır (Vural ve Bat, 2010, s.3349). İnsanlara duygu, düşünce ve isteklerini paylaşma imkânı sağlayan iletişim teknolojileri, 21. yüzyılda etkinliğini artırmaktadır. Bu kapsamda önemli roller üstlenen internet ve buna bağlı olarak hızlı yaygınlaşan sosyal medya, etkili bir iletişim ögesi olarak karşımıza çıkmaktadır (Konuk ve Güntaş, 2019, s.1; Çalışkan ve Mencik, 2015, s.254; Duran ve Bayar, 2020, s.444; Aktan, 2018, s.243). Geleneksel medya platformlarının aksine sosyal medya platformları, sürekli olarak canlılık, hareketlilik göstermektedir (Hithit, 2020, s.59). Geleneksel iletişim araçlarının yerini alan sosyal medya, yaşamımızı derinden etkilemektedir. Her yaşta insanın yer aldığı, popüler kültür ürünlerinin beslendiği, yayılma alanı bulduğu sosyal medya ağları, günümüzde en fazla talep alan mecrâlar hâline gelmiştir (Karaduman, 2017, s.8).

Küreselleşen dünyada birçok alanda karşımıza ortak zevk olarak çıkan popüler kültür, millî değerlerin unutulmasına zemin hazırlamaktadır (Sakallı, 2014, s.307). Özellikle Amerikan ve Batı kaynaklı popüler kültür, millî değerlerimizi yıpratmakta, millî

değerlerimize zarar vermektedir. Bu bağlamda kültürel kimliğimizin temelini oluşturan geleneksel yaşam stilleri ortadan kaldırılmaktadır. Bu da “Amerikanlaşma” ve “Batılılaşma” taraftarları ile geleneksel hayat tarzını savunan bireyler arasında çatışmaya neden olmaktadır. Bu durum, başta televizyon programları olmak üzere reyting kaygısıyla kültürel kimliklerin yozlaşmasına, yok olmasına zemin hazırlanmaktadır (Çakır, 2020, s. 27). Günümüzde milletler arasındaki mücadeleler, daha çok dil ve kültür üzerinden gerçekleşmektedir. Dolayısıyla diline sahip çıkamayan, onu geliştiremeyen ve koruyamayan milletler, “kültür savaşları”nın yaşandığı bu zamanda yok olmaya mahkûmdur (Vargelen, 2012, s. 94). Kültürün ve millet mefhumunun devamlılığını sağlayan dilde/Türkçede bozulmalar yaşanmaktadır. Dilde bozulmayla başlayan bu durum, kültürel bozulmayı da tetiklemektedir. Bu durumun hızlı bir şekilde gerçekleşmesi noktasında yayılma alanı sağlayan internet, özellikle dilin erozyona uğramasına neden olmaktadır. Kitle iletişim araçlarında ve üniversitelerde bu durumun yaygın hâle gelmesi, sosyal medyada ve toplumun diğer kurumlarında dilin/Türkçenin yanlış kullanıldığına göstergesi olduğundan, bu konuda eğitim kurumlarına ve kitle iletişim araçlarını kullananlara önemli sorumluluklar düşmektedir (Karahisar, 2013, s.81). Ulusların varlıklarını ve kimliklerini korumalarında önemli olan dil ve edebiyat öğretimine önem verilmesi zorunluluktur (Akteş ve Gündüz, 2011, s.21). Bu bağlamda Türk dili ve kültürü konusunda belli bir eğitim sürecinden geçen ve bu konularda farkındalık düzeylerinin üst düzeyde olması beklenen Türkçe ve Türk dili ve edebiyatı öğretmeni adaylarının, hızlı gelişim gösteren iletişim teknolojileri kapsamında herkesi etkisi altına alan sosyal medyanın ve popüler kültür ilişkisinin Türkçeye yönelik etkilerine ilişkin görüşlerinin araştırılması ve bu kapsamda Türkçenin güncel sorunlarına çözüm önerileri sunulması alanyazın açısından önem arz etmektedir.

Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, Türkçe ve Türk dili ve edebiyatı öğretmeni adaylarının, sosyal medya kullanımı bağlamında popüler kültürün Türkçeye yönelik etkilerine ilişkin görüşlerinin tespit edilmesidir. Bu kapsamda öğretmen adaylarının görüşlerini tespit etmek amacıyla gerçekleştirilen bu çalışmada aşağıdaki soruların cevaplarına yanıt aranmıştır:

- Öğretmen adayları, “popüler ve popüler kültür” kavramlarına ilişkin hangi görüşlere sahiptirler?
- Öğretmen adayları, “kültür ve millî kültür” kavramları konusunda hangi görüşler sahiptirler?
- Öğretmen adaylarına göre popüler kültürün yaygınlaşmasında en fazla etkiye sahip olan sosyal medya araçları/ uygulamaları/platformları nelerdir?
- Öğretmen adayları, popüler kültürün etkisiyle Türkçenin sosyal medyada kullanımına ilişkin neler düşünmektedirler?
- Öğretmen adaylarına göre popüler kültürün etkisiyle sosyal medyada ortaya çıkan, Türkçeyi olumlu ve olumsuz olarak etkileyen durumlar nelerdir?

- Öğretmen adaylarına göre sosyal medyada ortaya çıkan Türkçe ile ilgili sorunları asgari seviyeye düşürmek için neler yapılabilir?

Yöntem

Araştırma Deseni

Sosyal medya kullanımı bağlamında popüler kültürün Türkçeye etkilerine ilişkin katılımcı öğretmen adaylarının görüşlerini almaya yönelik olarak yapılan bu araştırma, nitel bir araştırmadır. Araştırmanın deseni ise nitel araştırma yöntemi desenlerinden olgu bilim (fenomenoloji) desendir.

Nitel araştırma yaklaşımı, sosyal yaşamı ve insanla ilgili problemleri kendine özgü birtakım yöntemlerle sorgulayan ve anlamlandıran süreçtir (Creswell, 1998) . Nitel araştırmalar, araştırma yapılan ya da yapılması planlanan kişilerin sahip oldukları deneyimlerinden doğan anlamların sistematik olarak incelenebilmesinde tercih edilen bir yaklaşımlardan biri olarak kabul edilmektedir (Ekiz, 2003). Bu çalışmada ayrıntılı ve derinlemesine veri toplama, katılımcıların bireysel algılarını, deneyimlerini ve bakış açılarını doğrudan öğrenme, mevcut durumları anlama ve açıklama amacıyla nitel araştırma yaklaşımı kullanılmıştır (Büyüköztürk vd., 2020). Nitel araştırma, gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir şekilde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği, nitel araştırma tekniklerinin doğal ortama duyarlılık sağlaması, araştırmacının katılımcı rolü olması, bütüncül bir yaklaşıma sahip olması, algıların ortaya konmasını sağlaması, araştırma deseninde esnekliği olması ve tümevarımcı bir analize sahip olması önemli özellikleridir (Yıldırım ve Şimşek, 2013, ss. 45-47). “Olgubilim (fenomenoloji) deseni, farkında olduğumuz ancak derinlemesine ve ayrıntılı bir anlayışa sahip olmadığımız olgulara odaklanmaktadır. Olgular, yaşadığımız dünyada olaylar, deneyimler, algılar, yönelimler, kavramlar ve durumlar gibi çeşitli biçimlerde karşımıza çıkabilmektedir. Bize tümüyle yabancı olmayan aynı zamanda da tam anlamını kavrayamadığımız olguları araştırmayı amaçlayan çalışmalar için olgu bilim (fenomenoloji) uygun bir araştırma zemini oluşturur” (Yıldırım ve Şimşek, 2013, s.78). Bu kapsamda öğretmen adaylarının, sosyal medya kullanımı bağlamında popüler kültürün Türkçeye ilişkin etkileri konusundaki düşünce ve deneyimlerini ortaya koymalarını sağlamak amacıyla olgu bilim (fenomenoloji) deseni kullanılmıştır.

Katılımcılar/Çalışma Grubu

Bu araştırmada, öğretmen adaylarının görüşlerini almak amacıyla amaçlı örnekleme yolu tercih edilmiştir. Çalışmada, amaçlı örnekleme yöntemlerinden ölçüt örnekleme (çalışma grubu) kullanılmıştır. “Ölçüt örnekleme yönteminde temel anlayış, önceden belirlenmiş bir dizi ölçütü karşılayan bütün durumlara çalışılmasıdır. Burada sözü edilen ölçüt veya ölçütler araştırmacı tarafından oluşturulabilir ya da daha önceden hazırlanmış bir ölçüt listesi kullanılabilir” (Yıldırım ve Şimşek, 2013, s.140). “Ölçüt örnekleme (*cri-*

terion sampling), bir araştırmada gözlem birimleri belli niteliklere sahip kişiler, olaylar ve nesnelere ya da durumlardan oluşturulabilir. Bu durumda çalışma grubu için belirlenen ölçütü karşılayan birimler (nesnelere, olaylar vb.) çalışma grubuna alınır” (Büyüköztürk vd., 2020, s.94). Ölçüt örnekleme (çalışma grubu) seçilmesinde iki ölçüt esas alınmıştır. Bu ölçütlerden ilki öğretmen adaylarının Türkçe ve Türk Dili ve Edebiyatı öğretmeni adaylarından seçilmesi, ikincisi gönüllülük ilkesinin esas alınarak araştırmaya katılımlarının sağlanmasıdır. Bu kapsamda öğretmen adaylarının Google Forms aracılığıyla açık uçlu yazılı sorulardan oluşan anket formunu doldurarak görüşlerini ortaya koymaları sağlanmıştır. Bu kapsamda iletici onayı ile katılımcı teyidi alınmıştır.

2020-2021 eğitim ve öğretim yılının bahar döneminde bir devlet üniversitesinin eğitim fakültesi Türkçe ve Türk Dili ve Edebiyatı Öğretmenliği Programında öğrenim görmekte olan 15’i (%25,8) erkek, 43’ü (%74,2) kadın olmak üzere toplam 58 öğretmen adayı ile yürütülmüştür.

Veri Toplama Araçları/Verilerin Toplanması

Öğretmen adaylarının sosyal medya kullanımı bağlamında popüler kültürün Türkçeye yönelik etkilerine ilişkin görüşlerinin tespit edilebilmesi için yapılan bu araştırmada, veri toplama tekniği olarak araştırmacılar tarafından geliştirilen ve toplam 10 açık uçlu yazılı sorulardan oluşan anket formu Google Forms aracılığıyla çevrim içi olarak kullanılmıştır.

Veri toplama aracı olarak araştırmada nitel veri toplama tekniklerinden e-görüşme ve doküman incelemesi teknikleri kullanılmıştır. “E-görüşme, zaman ve mekân sınırlaması olmaksızın, aynı anda farklı coğrafi bölgelerde yaşayan çok sayıda kişiye ulaşmayı sağlayan bir tekniktir. E-görüşme bilgisayar aracılığıyla gerçekleşen bir iletişim biçimidir” (Salman Yıkımsı, 2020, s.183). “E-posta (elektronik posta) aracılığıyla gerçekleştirilen e-görüşme (elektronik-posta görüşme) tekniği, araştırmacı ve katılımcının yüz yüze görüştüğü ortak bir mekân ve zaman sınırlaması olmaksızın bilgisayar aracılığıyla gerçekleştirilen iletişimdir” (Linabary ve Hamel, 2017, s.99; Aktaran Tanrıku ve Karagöl, 2021, s.105). Doküman incelemesi, araştırılan olgulara ilişkin bilgiler içeren yazılı materyallerin analizidir. Dokümanlar, nitel araştırmalarda etkili olarak kullanılması gereken bilgi kaynaklarıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 217-218). Açık uçlu sorular hazırlanırken ilgili alan- yazın taranmış, Türkçe ve Türk dili ve edebiyatı eğitimi alanında uzman görüşleri de dikkate alınarak araştırma konusunu tüm yönleriyle ele alabilecek sorular olmasına dikkat edilmiştir. Bu soruların iç geçerliğini sağlamak için gerekli düzenlemeler yapılarak iki soru çıkarılmıştır. İlk etapta 12 sorudan oluşmuş anket formu alanında uzman 2 öğretim üyesi tarafından incelenmiş, 2 soru anket formundan çıkarılarak 2 soru da revize edilerek, anket formundaki soru sayısı 10’a düşürülmüş ve sorulara son şekli verilmiştir. Araştırmada katılımcıların kimliği gizli tutulmuş, bu itibarla sorulara yanıt verme sıralarına göre öğretmen adayları için **ÖA₁**: Öğretmen adayı 1 ... vb. şeklinde kodlar/kısaltmalar kullanılmıştır.

Verilerin Analizi ve Çözümlemesi

Verilerin analizi sürecinde betimsel ve içerik analizine dayalı bir yaklaşımla öğretmen adaylarının görüşlerinin belirli temalar altında sınıflandırılması ve özetlenmesi yoluna gidilmiştir.

Betimsel analizde, elde edilen veriler, daha önceden belirlenen başlıklar altında (örneğin temalar) özetlenir ve yorumlanır. Veriler araştırma sorularına göre sınıflandırılabilir gibi, veri toplama aşamalarında (gözlem ya da görüşme) elde edilen ön bilgiler ışığında da düzenlenebilir. Betimsel analiz için bir çerçeve oluşturma, tematik çerçeveye göre verilerin işlenmesi, bulguların tanımlanması, bulguların yorumlanması olmak üzere dört aşamada gerçekleşmektedir (Altunışık vd., 2001, s. 222). Araştırmada doküman inceleme tekniği kullanılarak Google Forms aracılığıyla açık uçlu soruların yer aldığı doküman formundan elde edilen verilerin içerik analizleri yapılmıştır. Nitel araştırmalarda dokümanların incelenmesinde içerik analizi kullanılmaktadır (Merriam, 1998, s.123).

Yıldırım ve Şimşek'e (2013, s.260) göre içerik analizinde elde edilen kavramlar belirli bir tema altında sınıflandırılır. Kavramların incelenmesi sonucunda birbirleriyle olan ilişkileri daha üst düzey bir tema (kategori) ile açıklanır. Kategori ya da tema içerik analizinde elde edilen kavramlardan daha soyut ve geneldir. İçerik analizi, görüşme, gözlem veya dokümanlar yoluyla nitel araştırma verilerinin işlenmesinde; (1) verilerin kodlanması, (2) temaların bulunması, (3) kodların ve temaların düzenlenmesi, (4) bulguların tanımlanması ve yorumlanması olmak üzere dört aşamada gerçekleştirilir.

İçerik analizi, sosyal bilimlerde sıklıkla kullanılan en önemli tekniklerden biridir. Belirli kurallara dayalı kodlamalarla bir metnin bazı sözcüklerinin daha küçük içerik kategorileriyle özetlendiği sistematik, yinelenebilir bir teknik (Büyüköztürk vd., 2020: 259), çok sayıdaki metin içeriklerinin ortak yönlerinin ortaya çıkarılmasına yönelik önemli anlamların yapılandırılarak sınıflandırılmasına ilişkin nitelden nicele doğru genelleştirmeyi sağlayan yorumlama biçimi olarak tanımlanmaktadır (Gökçe, 2006, s.17-18). Nitel araştırmalarda araştırma sorularının cevaplandırılmasında çoğunlukla belirli istatistik teknikler kullanılmaz. Bazen yüzde gibi sınırlı istatistik, bazen de kodlamalar sonrası ulaşılan kategoriler arası ilişkiler incelenerek çapraz tablolar kullanılsa da genellikle betimlemeler kullanılır. Bu tür araştırmalarda analiz yapılma sebebi, şablonları, düşünceleri, açıklamaları ve anlamları keşfetmektir. Nitel veri analizinde genellikle içerik analizi yapılmakta ve toplanan verilerin düzenlenmesi, özetlenmesi ve yorumlanması yapılan analizin temel süreçleridir (Büyüköztürk vd., 2020, s.258). Çalışmada, Google Forms anket formu aracılığıyla elde edilen nitel veriler, birbirlerini tamamlayan betimsel analiz ve içerik analizi tekniğine tabii tutularak analizin tamamlayıcı/bütünleyici bir şekilde olması amaçlanmıştır. Verilerin analizinde kategori/tema ve kodlar oluşturulmuş, veriler sayısal olarak frekans ve yüzdeleri de belirlenerek tablolar hâlinde sunulmuştur.

Araştırmanın geçerliği ve güvenilirliği kapsamında; katılımcı teyidi için, gönüllülük ilkesi gözetilerek Google Forms aracılığıyla öğretmen adaylarının e-posta adreslerine ileti teyidi için açık uçlu yazılı sorulardan oluşan anket formu gönderilmiş, OBS sisteminde

kullandıkları resmî e-posta adreslerini buraya girmeleri ve geri bildirimde bulunmaları sağlanmıştır. Alan eğitimi ve eğitim bilimleri alanında uzman görüşleri de alınarak anket sorularının kapsam geçerliği sağlanmıştır. Araştırma verileri doğrudan alıntılarla da ayrıca desteklenmiştir. Ayrıca veri toplam süreci, veri analizi süreci ve çalışma grubunun özellikleri hakkında bilgiler verilmiş, bulgular yorum yapılmadan verilmiş, araştırmanın sonuç bölümü alanyazından yararlanılarak tartışılmış, araştırmanın tutarlılığı ortaya konmuş, araştırmacıların rolü ve kullanılan yöntem ve tekniklerin gerekçeleri açıklanmıştır.

Öğretmen adayları tarafından sorulara verilen cevaplar araştırmacılar tarafından ayrı ayrı kodlanmış, belirlenen kodlar araştırmacılar ve alan uzmanlarınca incelenmek suretiyle, Miles ve Huberman (1994: 64) tarafından tavsiye edilen güvenilirlik formülü “görüş birliği” ve “görüş ayrılığı” belirlenerek hesaplamalar yapılmıştır. P (Uzlaşma Yüzdesi %) = $[Na$ (Görüş Birliği) / Na (Görüş Birliği) + Nd (Görüş Ayrılığı)] \times 100. Yapılan hesaplamaların sonucunda güvenilirlik oranı %84 olarak belirlenmiş ve bu oranın bilimsel olarak güvenilir olduğu tespit edilmiştir. Uyuşum yüzdesinin %70 ve üstü olması güvenilirliğin uygun olduğunu ifade etmektedir (Şencan, 2005). Bu güvenilirliği destekler mahiyette olması için katılımcıların cevaplarından yararlanılarak doğrudan alıntılara da yer verilmiştir.

Araştırma Etiği

Araştırmanın etik kurul izni 18.06.201 tarih ve 06 sayı numarası, 27 karar numarası ile Atatürk Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu Başkanlığı Eğitim Bilimleri Birim Etik Kurulundan alınmıştır. Araştırmanın katılımcılarının belirlenmesinde gönüllülük esas alınmış, katılımcılardan elde edilen veriler ve kişisel bilgiler gizli tutulmuştur. Araştırmada elde edilen bulgular objektif bir şekil araştırmanın raporuna yansıtılmış ve araştırmada kullanılan kaynaklar metin içinde ve kaynakçada belirtilmiştir.

Bulgular

Araştırmada, sosyal medya kullanımı bağlamında popüler kültürün Türkçeye etkilerine ilişkin öğretmen adaylarının anket formundaki sorulara vermiş oldukları cevapların analizi gerçekleştirilerek, kategori ve kodlar ayrı ayrı ele alınarak frekans ve yüzdeleri belirtilerek tablolar hâlinde gösterilmiştir.

Popüler Kavramı

1. “Popüler deyince ne anlıyorsunuz?” Sorusuna İlişkin Öğretmen Adaylarının Görüşleri

Öğretmen adaylarının bu soruya vermiş oldukları cevaplara göre kategori, kod, frekans ve yüzdeleri Tablo 1’de belirtilerek analiz edilmiştir:

Tablo 1. Popüler Kavramına İlişkin Katılımcıların Görüşleri

Kategori	Kod	Katılımcılar	f	%
Popüler Kavramı	Belli bir dönem süresince moda olan, meşhur (ünlü), ilgi duyulan, beğenilen şey	ÖA ₁ , ÖA ₄ , ÖA ₅ , ÖA ₆ , ÖA ₉ , ÖA ₁₀ , ÖA ₁₄ , ÖA ₁₅ , ÖA ₁₉ , ÖA ₂₀ , ÖA ₂₃ , ÖA ₂₄ , ÖA ₂₇ , ÖA ₂₈ , ÖA ₂₉ , ÖA ₃₀ , ÖA ₃₁ , ÖA ₃₄ , ÖA ₃₉ , ÖA ₄₀ , ÖA ₄₁ , ÖA ₄₂ , ÖA ₄₃ , ÖA ₄₅ , ÖA ₄₆ , ÖA ₄₇ , ÖA ₄₉ , ÖA ₅₀ , ÖA ₅₁ , ÖA ₅₃ , ÖA ₅₄ , ÖA ₅₅ , ÖA ₅₈	33	56,8
	Herkes tarafından bilinen, tercih edilen, insanları etkileyen unsurlar	ÖA ₇ , ÖA ₁₁ , ÖA ₁₂ , ÖA ₁₃ , ÖA ₁₆ , ÖA ₁₇ , ÖA ₁₈ , ÖA ₂₂ , ÖA ₂₅ , ÖA ₂₆ , ÖA ₃₂ , ÖA ₃₃ , ÖA ₃₅ , ÖA ₃₆ , ÖA ₃₇ , ÖA ₃₈ , ÖA ₄₄ , ÖA ₄₈ , ÖA ₅₂ , ÖA ₅₆ , ÖA ₅₇	21	36,2
	Yaşamımızı etkileyen, taklit ürünü olan	ÖA ₂	1	1,7
	Kapitalist düşüncenin ürünü	ÖA ₃	1	1,7
	Benzeme, benzeşme hâli	ÖA ₈	1	1,7
	Dünya genelinde yeni olan şeyler için kullanılan kavram	ÖA ₂₁	1	1,7
Toplam			58	100

Öğretmen adaylarının “popüler” kavramından ne anladıklarına ilişkin olarak anket formundaki soruya vermiş oldukları cevaplar incelendiğinde, popüler kavramına ilişkin görüşlerinin altı kategoride toplandığı görülmektedir. ÖA₁, ÖA₄, ÖA₅, ÖA₆, ÖA₉, ÖA₁₀, ÖA₁₄, ÖA₁₅, ÖA₁₉, ÖA₂₀, ÖA₂₃, ÖA₂₄, ÖA₂₇, ÖA₂₈, ÖA₂₉, ÖA₃₀, ÖA₃₁, ÖA₃₄, ÖA₃₉, ÖA₄₀, ÖA₄₁, ÖA₄₂, ÖA₄₃, ÖA₄₅, ÖA₄₆, ÖA₄₇, ÖA₄₉, ÖA₅₀, ÖA₅₁, ÖA₅₃, ÖA₅₄, ÖA₅₅, ÖA₅₈ “belli bir dönem süresince moda olan, meşhur (ünlü), ilgi duyulan, beğenilen şey” olarak tanımladıkları görülmektedir. Diğer katılımcılardan ÖA₇, ÖA₁₁, ÖA₁₂, ÖA₁₃, ÖA₁₆, ÖA₁₇, ÖA₁₈, ÖA₂₂, ÖA₂₅, ÖA₂₆, ÖA₃₂, ÖA₃₃, ÖA₃₅, ÖA₃₆, ÖA₃₇, ÖA₃₈, ÖA₄₄, ÖA₄₈, ÖA₅₂, ÖA₅₆, ÖA₅₇ “Herkes tarafından bilinen, tercih edilen, insanları etkileyen unsurlar” olarak tanımlamışlardır. ÖA₂ “yaşamımızı etkileyen, taklit ürünü olan”, ÖA₃ “kapitalist düşüncenin ürünü”, ÖA₈ “benzeme, benzeşme hâli”, ÖA₂₁ “dünya genelinde yeni olan şeyler için kullanılan kavram” olarak değerlendirdikleri görülmektedir.

Katılımcıların verdikleri cevaplardan bazıları doğrudan şu şekildedir:

- ÖA₁: “Popüler deyince fazlaca beğenilen bir şeylerin öne çıkarak meşhur olduğunu ve genel olarak beğenildiğini düşünüyorum.”

- ÖA₃: “İnsanlar tarafından abartılmış, kapitalist fikirler için üretilmiş bir düşünce olduğunu düşünüyorum.”

- **ÖA₈**: “Akranlar arası benzeşme, benzeme çabası olarak değerlendiriyorum.”
- **ÖA₂₁**: “Bir toplumun, dünya genelinde yeni oluşan her türlü şey için kullandığı genel kavram.”
- **ÖA₃₉**: “Moda olan, insanlar tarafından beğenilen, geniş kitlelere ulaşan; kültür, akım veya kişinin beğenilmesi ile oluşan durum diyebiliriz.”
- **ÖA₄₄**: “Herkes tarafından bilinen, yapılan, dile getirilen şey.”
- **ÖA₅₅**: “Beğenilen, ünlü olan.”
- **ÖA₅₈**: “İlgi gören, gündemde olandır.”

Kültür Kavramı

Soru 2: “Kültür kavramı hakkında ne düşünüyorsunuz?” Sorusuna İlişkin Öğretmen Adaylarının Görüşleri

Öğretmen adaylarının bu soruya vermiş oldukları cevaplara göre kategori, kod, frekans ve yüzdelikleri Tablo 2’de belirtilerek analiz edilmiştir:

Tablo 2. Kültür Kavramına İlişkin Katılımcıların Görüşleri

Kategori	Kod	Katılımcılar	f	%
Kültür Kavramı	Bir millete ait olan, bir milleti millet yapan, onu farklı kılan, nesilden nesile benimsenen ve aktarılan değerler manzumesi	ÖA ₅ , ÖA ₉ , ÖA ₁₅ , ÖA ₂₀ , ÖA ₂₁ , ÖA ₂₃ , ÖA ₂₄ , ÖA ₂₇ , ÖA ₂₈ , ÖA ₃₀ , ÖA ₃₁ , ÖA ₃₂ , ÖA ₃₅ , ÖA ₃₆ , ÖA ₃₇ , ÖA ₃₈ , ÖA ₃₉ , ÖA ₄₀ , ÖA ₄₂ , ÖA ₄₇ , ÖA ₅₀ , ÖA ₅₁ , ÖA ₅₄ , ÖA ₅₅ , ÖA ₅₈	25	43,1
	Geçmişten günümüze süregelen maddi ve manevi değerler	ÖA ₇ , ÖA ₈ , ÖA ₁₀ , ÖA ₁₃ , ÖA ₁₄ , ÖA ₁₆ , ÖA ₁₈ , ÖA ₂₅ , ÖA ₂₆ , ÖA ₂₉ , ÖA ₃₃ , ÖA ₃₄ , ÖA ₄₁ , ÖA ₄₃ , ÖA ₄₄ , ÖA ₄₅ , ÖA ₄₉ , ÖA ₅₂ , ÖA ₅₃ , ÖA ₅₇	20	34,4
	Geçmişten günümüze süregelen yaşantılar	ÖA ₆ , ÖA ₁₁ , ÖA ₄₆ , ÖA ₄₈ , ÖA ₅₆	5	8,6
	Hayatımıza dair her şey	ÖA ₁ , ÖA ₂	2	3,4
	İnsanlar ve milletler arasında köprü	ÖA ₁₇ , ÖA ₁₉	2	3,4
	Toplumun mihenk taşı	ÖA ₁₂	1	1,7
	Değişken olan	ÖA ₂₂	1	1,7
	İnsanı ve toplumu bir araya getiren şey	ÖA ₃	1	1,7
	Değer	ÖA ₄	1	1,7
	Toplam			58

Öğretmen adaylarının “kültür” kavramından ne anladıklarına ilişkin olarak anket formundaki soruya vermiş oldukları cevaplar incelendiğinde, popüler kavramına ilişkin görüşlerinin dokuz kategoride toplandığı görülmektedir. ÖA₁, ÖA₂ “hayatımıza dair her şey”, ÖA₃ “insanı ve toplumu bir araya getiren şey”, ÖA₄ “değer”, ÖA₅, ÖA₉, ÖA₁₅, ÖA₂₀, ÖA₂₁, ÖA₂₃, ÖA₂₄, ÖA₂₇, ÖA₂₈, ÖA₃₀, ÖA₃₁, ÖA₃₂, ÖA₃₅, ÖA₃₆, ÖA₃₇, ÖA₃₈, ÖA₃₉, ÖA₄₀, ÖA₄₂, ÖA₄₇, ÖA₅₀, ÖA₅₁, ÖA₅₄, ÖA₅₅, ÖA₅₈ “bir millete ait olan, bir milleti millet yapan, onu farklı kılan, nesilden nesile benimsenen ve aktarılan değerler manzumesi”, ÖA₆, ÖA₁₁, ÖA₄₆, ÖA₄₈, ÖA₅₆ “geçmişten günümüze süregelen yaşantılar”, ÖA₁₂ “toplumun mihenk taşı”, ÖA₁₇, ÖA₁₉ “insanlar ve milletler arasında köprü”, ÖA₂₂ ise “değişken olan” şeklinde cevaplandırdıkları görülmektedir.

Katılımcıların verdikleri cevaplardan bazıları doğrudan şu şekildedir:

- ÖA₁: “Kültür yaşamımızdaki her şeydir. Kültür; çevremizden gördüklerimiz, duyduklarımız ve hayatımızın yaşam şeklidir. Birçok konunun başında kültür gelir.”
- ÖA₃: “İnsanı insan yapan, toplumu bir araya getiren tek şey olduğunu düşünüyorum”
- ÖA₃₄: “Kültür; bir toplumun kimliğini, örfünü, ahlâkî yapısını, maddi ve manevî değerlerini oluşturan en önemli unsurdur.”
- ÖA₃₇: “Kültür, bir milleti millet yapan ve özlerine sıkıca tutulmayı sağlayan yegâne şeydir.”
- ÖA₄₃: “Geçmişten günümüze kadar ulaşan maddi ve manevi değerlerdir.”

Millî Kültür Kavramı

Soru 3: “Millî kültürden ne anlıyorsunuz?” Sorusuna İlişkin Öğretmen Adaylarının Görüşleri

Öğretmen adaylarının bu soruya vermiş oldukları cevaplara göre kategori, kod, frekans ve yüzdelikleri Tablo 3’te belirtilerek analiz edilmiştir:

Tablo 3. Millî Kültür Kavramına İlişkin Katılımcıların Görüşleri

Kategori Kod	Katılımcılar	f	%	
Millî Kültür Kavramı Bize özgü, bizi biz yapan, diğer milletlerden ayıran, farklı kılan maddi ve manevi değerler	ÖA ₁ , ÖA ₂ , ÖA ₄ , ÖA ₅ , ÖA ₆ , ÖA ₇ , ÖA ₁₀ , ÖA ₁₂ , ÖA ₁₃ , ÖA ₁₄ , ÖA ₁₅ , ÖA ₁₆ , ÖA ₁₈ , ÖA ₁₉ , ÖA ₂₀ , ÖA ₂₁ , ÖA ₂₃ , ÖA ₂₄ , ÖA ₂₅ , ÖA ₂₆ , ÖA ₂₇ , ÖA ₂₉ , ÖA ₃₀ , ÖA ₃₁ , ÖA ₃₂ , ÖA ₃₃ , ÖA ₃₄ , ÖA ₃₅ , ÖA ₃₆ , ÖA ₃₇ , ÖA ₃₈ , ÖA ₃₉ , ÖA ₄₁ , ÖA ₄₂ , ÖA ₄₃ , ÖA ₄₄ , ÖA ₄₅ , ÖA ₄₆ , ÖA ₄₇ , ÖA ₄₈ , ÖA ₄₉ , ÖA ₅₀ , ÖA ₅₁ , ÖA ₅₂ , ÖA ₅₃ , ÖA ₅₄ , ÖA ₅₅ , ÖA ₅₆ , ÖA ₅₇ , ÖA ₅₈	50	86,2	
	Cevapsız	ÖA ₉ , ÖA ₁₇ , ÖA ₄₀	3	5,1
	Kimliğimiz	ÖA ₂₂ , ÖA ₂₈	2	3,4
	Geçmişten günümüze gelen ve bize ait normlar	ÖA ₃ , ÖA ₁₁	2	3,4
	Ortak paydamız	ÖA ₈	1	1,7
	Toplam		58	100

Öğretmen adaylarının “millî kültür” kavramından ne anladıklarına ilişkin olarak anket formundaki soruya vermiş oldukları cevaplar incelendiğinde, millî kültür kavramına ilişkin görüşlerinin beş kategoride toplandığı görülmektedir. ÖA1, ÖA2, ÖA4, ÖA5, ÖA6, ÖA7, ÖA10, ÖA12, ÖA13, ÖA14, ÖA15, ÖA16, ÖA18, ÖA19, ÖA20, ÖA21, ÖA23, ÖA24, ÖA25, ÖA26, ÖA27, ÖA29, ÖA30, ÖA31, ÖA32, ÖA33, ÖA34, ÖA35, ÖA36, ÖA37, ÖA38, ÖA39, ÖA41, ÖA42, ÖA43, ÖA44, ÖA45, ÖA46, ÖA47, ÖA48, ÖA49, ÖA50, ÖA51, ÖA52, ÖA53, ÖA54, ÖA55, ÖA56, ÖA57, ÖA58 “bize özgü, bizi biz yapan, diğer milletlerden ayıran, farklı kılan maddi ve manevi değerler”, ÖA8 “ortak paydamız”, ÖA22, ÖA28 “kimliğimiz”, ÖA3, ÖA11 “geçmişten günümüze gelen ve bize ait normlar” katılımcılardan ÖA9, ÖA17, ÖA40’ın ise bu soruyu cevapsız bıraktıkları görülmektedir.

Katılımcıların verdikleri cevaplardan bazıları doğrudan şu şekildedir:

- ÖA₁: “Bir millete kimlik kazandırarak başka milletlerle arasındaki farkı ortaya koymaktır. Adı üstünde “millî” millete ait olandır.”
- ÖA₈: “Millet kavramını benimseyenlerin hemen hemen her alanda ortak bir paydada bulunduğu unsurların, geçmişten geleceğe yolculuğudur.”
- ÖA₂₉: “Toplumların kendilerine özgü maddi ve manevi değerler bütünüdür.”
- ÖA₃₄: “Bir topluma ait olan din, dil, sanat eserleri, tarihi yapılar, gelenek ve görenekler gibi öğeleri içinde barındıran oluşumdur.”

Popüler Kültür Kavramı

Soru 4: “Popüler kültürden ne anlıyorsunuz?” Sorusuna İlişkin Öğretmen Adaylarının Görüşleri

Öğretmen adaylarının bu soruya vermiş oldukları cevaplara göre kategori, kod, frekans ve yüzdeleri Tablo 4'te belirtilerek analiz edilmiştir:

Tablo 4. Popüler Kültür Kavramına İlişkin Katılımcıların Görüşleri

Kategori	Kod	Katılımcılar	f	%
Popüler Kültür Kavramı	Etkileşime dayalı, herkesi etkisi altına alan, yaygın kültür	ÖA ₇ , ÖA ₁₀ , ÖA ₁₂ , ÖA ₂₂ , ÖA ₂₃ , ÖA ₂₄ , ÖA ₂₅ , ÖA ₂₆ , ÖA ₃₁ , ÖA ₃₂ , ÖA ₃₃ , ÖA ₃₅ , ÖA ₃₆ , ÖA ₃₇ , ÖA ₄₀ , ÖA ₄₁ , ÖA ₄₃ , ÖA ₄₄ , ÖA ₄₅ , ÖA ₄₆ , ÖA ₄₇ , ÖA ₄₈ , ÖA ₄₉ , ÖA ₅₀ , ÖA ₅₁ , ÖA ₅₃ , ÖA ₅₄ , ÖA ₅₅ , ÖA ₅₇ , ÖA ₅₈	30	51,7
	Belli bir dönem süresince moda olan, ilgi duyulan, beğenilen, geçici olan, bazen kalıcı olabilen ama iz bırakan kültür	ÖA ₁ , ÖA ₂ , ÖA ₅ , ÖA ₆ , ÖA ₈ , ÖA ₉ , ÖA ₁₁ , ÖA ₁₃ , ÖA ₁₄ , ÖA ₁₅ , ÖA ₁₆ , ÖA ₁₇ , ÖA ₁₈ , ÖA ₁₉ , ÖA ₂₀ , ÖA ₂₈ , ÖA ₃₀ , ÖA ₃₄ , ÖA ₃₈ , ÖA ₃₉ , ÖA ₄₂ , ÖA ₅₂ , ÖA ₅₆	23	39,6
	Sahte/yapay kültür	ÖA ₃ , ÖA ₄ , ÖA ₂₇ , ÖA ₂₉	4	6,8
	Cevapsız	ÖA ₂₁	1	1,7
Toplam			58	100

Öğretmen adaylarının “popüler kültür” kavramından ne anladıklarına ilişkin olarak anket formundaki soruya vermiş oldukları cevaplar incelendiğinde, popüler kültür kavramına ilişkin görüşlerinin dört kategoride toplandığı görülmektedir. ÖA₁, ÖA₂, ÖA₅, ÖA₆, ÖA₈, ÖA₉, ÖA₁₁, ÖA₁₃, ÖA₁₄, ÖA₁₅, ÖA₁₆, ÖA₁₇, ÖA₁₈, ÖA₁₉, ÖA₂₀, ÖA₂₈, ÖA₃₀, ÖA₃₄, ÖA₃₈, ÖA₃₉, ÖA₄₂, ÖA₅₂, ÖA₅₆ “belli bir dönem süresince moda olan, ilgi duyulan, beğenilen, geçici olan, bazen kalıcı olabilen ama iz bırakan kültür”, ÖA₃, ÖA₄, ÖA₂₇, ÖA₂₉ “sahte/yapay kültür”, ÖA₂₁ “cevapsız” derken, ÖA₇, ÖA₁₀, ÖA₁₂, ÖA₂₂, ÖA₂₃, ÖA₂₄, ÖA₂₅, ÖA₂₆, ÖA₃₁, ÖA₃₂, ÖA₃₃, ÖA₃₅, ÖA₃₆, ÖA₃₇, ÖA₄₀, ÖA₄₁, ÖA₄₃, ÖA₄₄, ÖA₄₅, ÖA₄₆, ÖA₄₇, ÖA₄₈, ÖA₄₉, ÖA₅₀, ÖA₅₁, ÖA₅₃, ÖA₅₄, ÖA₅₅, ÖA₅₇, ÖA₅₈ ise “etkileşime dayalı, herkesi etkisi altına alan, yaygın kültür” olarak tanımlamışlardır.

Katılımcıların verdikleri cevaplardan bazıları doğrudan şu şekildedir:

- ÖA₄: “Belli bir kesimin, kendi çıkar ve menfaatini korumak için çıkardığı sahte bir kültürdür.”

- ÖA₉: “Popüler kültür; belli bir zamanda revaçta olan, ilgi gören, beğenilen kültürdür. Örneğin belli bir zamanda bir müzik türüne olan ilgi, giyim tarzı popüler kültürdür. Ya da günümüzde sosyal medyaya olan ilgi, sosyal medyanın kullanımı popüler kültürdür.”

- ÖA₁₅: “Belli bir sürede herkes tarafından kullanılıp süresi dolduktan sonra unutulmuş davranışlardır.”

- ÖA₃₃: “Belli bir dönemde ortaya çıkan ve hızlı bir şekilde oldukça geniş bir kesimin ilgi alanına giren kültürdür.”

- **ÖA₃₄**: “Popüler kültür, medyanın topluma yansıttığı anlamsız şeylerin, toplum tarafından belli bir süre benimsenip daha sonra unutulmasına dayalı olarak ortaya çıkan, geleneksel kültürü değersiz kılmaya çalışan bir oluşumdur.”

- **ÖA₄₂**: “Bir dönem moda olan şeylerdir.”

Popüler Kültür ve Dil İlişkisi

Soru 5: Türkçe ve Türk dili ve edebiyatı öğretmeni adayı olarak, “popüler kültür ve dil ilişkisi” hakkında neler düşünüyorsunuz?” Sorusuna İlişkin Öğretmen Adaylarının Görüşleri

Öğretmen adaylarının bu soruya vermiş oldukları cevaplara göre kategori, kod, frekans ve yüzdeleri Tablo 5’te belirtilerek analiz edilmiştir:

Tablo 5. Popüler Kültür ve Dil İlişikisine İlişkin Katılımcıların Görüşleri

Kategori	Kod	Katılımcılar	f	%
Popüler Kültür ve Dil İlişkisi	Etkileşimin, olumlu veya olumsuz kaçınılmaz olması	ÖA ₄ , ÖA ₇ , ÖA ₁₄ , ÖA ₁₅ , ÖA ₂₀ , ÖA ₂₂ , ÖA ₂₅ , ÖA ₃₂ , ÖA ₃₃ , ÖA ₃₈ , ÖA ₄₂ , ÖA ₄₃ , ÖA ₄₄ , ÖA ₄₆ , ÖA ₅₀ , ÖA ₅₃ , ÖA ₅₄ , ÖA ₅₅ , ÖA ₅₆ , ÖA ₅₇	20	34,4
	Dili olumsuz yönde etkilemesi	ÖA ₁₈ , ÖA ₁₉ , ÖA ₂₁ , ÖA ₂₆ , ÖA ₂₇ , ÖA ₂₉ , ÖA ₃₀ , ÖA ₃₁ , ÖA ₃₅ , ÖA ₃₇ , ÖA ₃₉ , ÖA ₄₅ , ÖA ₄₈ , ÖA ₅₁ , ÖA ₅₈	15	25,8
	Geçici olan popüler kültürün, dilde kalıcı sorunlara, zararlara sebep olması	ÖA ₁ , ÖA ₂ , ÖA ₃ , ÖA ₈ , ÖA ₉ , ÖA ₁₁ , ÖA ₁₃ , ÖA ₂₃ , ÖA ₂₄ , ÖA ₂₈ , ÖA ₄₀	11	18,9
	Dilde yozlaşmaya neden olması	ÖA ₅ , ÖA ₁₀ , ÖA ₁₂ , ÖA ₁₇ , ÖA ₃₄ , ÖA ₃₆ , ÖA ₄₁ , ÖA ₄₇ , ÖA ₅₂	9	15,5
	Dilde kirlenmeye yol açması	ÖA ₁₆ , ÖA ₄₉	2	3,4
	Dilin üretiminde ve yayılmasında etkili olması	ÖA ₆	1	1,7
	Toplam			58

Öğretmen adaylarının “popüler kültür ve dil ilişkisi” hakkında ne düşündüklerine yönelik anket formundaki soruya vermiş oldukları cevaplar incelendiğinde, popüler kültür ve dil ilişkisi hakkındaki görüşlerinin altı kategoride toplandığı görülmektedir. ÖA₁, ÖA₂, ÖA₃, ÖA₈, ÖA₉, ÖA₁₁, ÖA₁₃, ÖA₂₃, ÖA₂₄, ÖA₂₈, ÖA₄₀ “geçici olan popüler kültürün, dilde kalıcı sorunlara, zararlara sebep olması”, ÖA₁₈, ÖA₁₉, ÖA₂₁, ÖA₂₆, ÖA₂₇, ÖA₂₉, ÖA₃₀, ÖA₃₁,

ÖA₃₅, ÖA₃₇, ÖA₃₉, ÖA₄₅, ÖA₄₈, ÖA₅₁, ÖA₅₈ “dili olumsuz yönde etkilemesi”, ÖA₅, ÖA₁₀, ÖA₁₂, ÖA₁₇, ÖA₃₄, ÖA₃₆, ÖA₄₁, ÖA₄₇, ÖA₅₂ “dilde yozlaşmaya neden olması”, ÖA₄, ÖA₇, ÖA₁₄, ÖA₁₅, ÖA₂₀, ÖA₂₂, ÖA₂₅, ÖA₃₂, ÖA₃₃, ÖA₃₈, ÖA₄₂, ÖA₄₃, ÖA₄₄, ÖA₄₆, ÖA₅₀, ÖA₅₃, ÖA₅₄, ÖA₅₅, ÖA₅₆, ÖA₅₇ “etkileşimin, olumlu veya olumsuz kaçınılmaz olması”, ÖA₁₆, ÖA₄₉ “dilde kirlenmeye yol açması” derken, ÖA₆ ise “ dilin üretiminde ve yayılmasında etkili olması” demiştir.

Katılımcıların verdikleri cevaplardan bazıları doğrudan şu şekildedir:

- ÖA₈: “Popüler kültür adı verilen unsurlar, dili zedelemekten öteye gitmemektedir.”
- ÖA₁₂: “Popüler kültür ile yozlaşmaya başlayan, kimi zaman yabancı kelime ve kelime grupları ile kimi zaman da dilimize ait olmayan kısaltma ve sözcüklerin kullanılması ile dilin yozlaşmaya başlaması söz konusudur.”
- ÖA₁₆: “Popüler kültür farklı yaş cinsiyet düşünce vs. birçok insanın ortak alanı olduğundan insanların anlaşmasını sağlayacak farklı bir dil sistemine zemin hazırlayabilir ya da var olan dillerin kirlenmesine sebebiyet verebilir.”
- ÖA₃₉: “Popüler kültür özellikle gençleri ve çocukları, dili yanlış şekilde kullanmaya yönlendiriyor. Genç nesil farkında olmadan popüler kültür ile zehirleniyor.”
- ÖA₅₀: “Popüler kültür dile yeni kelimeler getirmekle birlikte dildeki birçok kelimeyi de yok etmektedir. Popüler kültür yaşamı etkiler yaşam da dili. Dil ve kültür birbiriyle etkileşim içindedir.”

Sosyal Medya Araçları/Uygulamaları/Platformları

Soru 6: “Size göre popüler kültürün yaygınlaşmasında en fazla etkiye sahip olan sosyal medya araçları/ uygulamaları/platformları hangileridir?” Sorusuna İlişkin Öğretmen Adaylarının Görüşleri

Öğretmen adaylarının bu soruya vermiş oldukları cevaplara göre kategori, kod, frekans ve yüzdelikleri Tablo 6’da belirtilerek analiz edilmiştir:

Tablo 6. Popüler Kültürün Yaygınlaşmasında En Fazla Etkiye Sahip Sosyal Medya Araçları/ Uygulamaları/Platformları İlişkin Katılımcıların Görüşleri

Kategori	Kod	Katılımcılar	f	%
Sosyal Medya Araçları/Uygulamaları/Platformları	Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, WhatsApp	ÖA ₅ , ÖA ₆ , ÖA ₂₇ , ÖA ₃₄ , ÖA ₄₈	5	8,6
	Myspace, Facebook, Pinterest, Google Plus, LinkedIn, Blogger, Tumblr, Twitter Flickr, Instagram, YouTube, Tiktok vb. WhatsApp, Bip, Telegram, Viber, Line, Tango, Snapchat vb.	ÖA ₈ , ÖA ₁₁ , ÖA ₃₉ , ÖA ₄₀ , ÖA ₅₅	5	8,6
	Myspace, Facebook, Pinterest, Google Plus, LinkedIn, Blogger, Tumblr, Wikipedia, Donanım Haber, Shift Delete vb. Twitter, Instagram, YouTube, Tiktok, WhatsApp, Bip, Telegram, Viber, Line, Tango, Snapchat vb.	ÖA ₁₆ , ÖA ₃₁ , ÖA ₃₆ , ÖA ₃₈ , ÖA ₅₈	5	8,6
	Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp	ÖA ₂₆ , ÖA ₂₈ , ÖA ₄₄	3	5,1
	Google Plus, Twitter, Instagram, WhatsApp	ÖA ₃ , ÖA ₅₁ , ÖA ₅₃	3	5,1
	Instagram, WhatsApp	ÖA ₁ , ÖA ₂ , ÖA ₇	3	5,1
	Google Plus	ÖA ₁₄ , ÖA ₂₉ , ÖA ₅₂	3	5,1
	Myspace, Facebook, Pinterest, Google Plus, LinkedIn	ÖA ₂₀ , ÖA ₄₁	2	3,4
	Myspace, Facebook, Pinterest, Google Plus, LinkedIn, Twitter, Instagram, YouTube, WhatsApp	ÖA ₁₈ , ÖA ₁₉	2	3,4
	Facebook, YouTube, Tiktok, Instagram, WhatsApp	ÖA ₄₅ , ÖA ₄₉	2	3,4
	Google Plus, WhatsApp, Telegram	ÖA ₃₂	1	1,7
	Google Plus, Twitter, Wikipedia, Donanım Haber, Shift Delete vb., YouTube, Instagram, WhatsApp	ÖA ₃₃	1	1,7
	Facebook, Google Plus, Twitter, Instagram, YouTube, Tiktok vb., WhatsApp, Telegram, Viber, Bip, Line, Tango, Snapchat vb.	ÖA ₄₃	1	1,7
	Facebook, Google Plus, YouTube, Instagram	ÖA ₃₀	1	1,7
	Facebook, Google Plus, WhatsApp, Viber, Line, Tango, Snapchat	ÖA ₃₇	1	1,7
	Facebook, Instagram, YouTube, Tiktok vb., WhatsApp	ÖA ₅₇	1	1,7
	Facebook, Twitter, Instagram	ÖA ₄₇	1	1,7
	Facebook, Tumblr, Twitter, Instagram, YouTube, WhatsApp	ÖA ₅₄	1	1,7
	Twitter, Instagram	ÖA ₅₆	1	1,7
	Twitter, Instagram, Tiktok vb.	ÖA ₅₀	1	1,7
Facebook, Google Plus, Twitter, Wikipedia, Flickr, Instagram, YouTube, Tiktok vb. WhatsApp, Bip, Telegram, Viber, Bip, Line, Tango, Snapchat vb.	ÖA ₃₅	1	1,7	

Instagram, YouTube, Tiktok vb. WhatsApp, Bip,Telegram, Viber,Line, Tango, Snapchat vb.	ÖA ₉	1	1,7
YouTube, Instagram, WhatsApp, Bip, Telegram,Viber, Line, Tango, Snapchat vb.	ÖA ₄	1	1,7
Myspace, Facebook, Pinterest, Google Plus, LinkedIn ,Twitter,Instagram, YouTube, Tiktok vb., WhatsApp, Bip, Telegram,Viber, Line, Tango, Snapchat vb.	ÖA ₁₂	1	1,7
Twitter	ÖA ₄₂	1	1,7
Blogger, Tumblr, Twitter, Instagram,YouTube,WhatsApp,Telegram,Bip	ÖA ₁₃	1	1,7
Myspace, Facebook, Pinterest, Google Plus, LinkedIn, WhatsApp, Bip, Telegram,Viber, Line, Tango, Snapchat vb.	ÖA ₁₅	1	1,7
Google Plus,YouTube, Instagram,WhatsApp	ÖA ₁₇	1	1,7
Twitter,Wikipedia,YouTube,WhatsApp,Bip, Telegram, Snapchat	ÖA ₁₀	1	1,7
GooglePlus,Blogger,Twitter,Donanım,Haber, Instagram, WhatsApp, Snapchat	ÖA ₂₂	1	1,7
Facebook,Twitter,YouTube,Instagram, WhatsApp,Snapchat	ÖA ₂₃	1	1,7
Facebook,Twitter,Wikipedia, Instagram, YouTube,WhatsApp, Tango, Snapchat vb.	ÖA ₄₆	1	1,7
Facebook, Twitter,YouTube, Instagram, WhatsApp, Snapchat	ÖA ₂₅	1	1,7
Twitter, YouTube, Instagram	ÖA ₂₄	1	1,7
Bilmiyorum.	ÖA ₂₁	1	1,7
Toplam		58	100

Kategori	Sosyal Medya Araçları/Uygulamaları	f
Bloglar/İnternet günlüğü	Tumblr	12
Bloglar/İnternet günlüğü	Blogger	12
Forumlar	Donanım Haber	7
Forumlar	Shift Delete vb.	7
İçerik Toplulukları	Instagram	47
İçerik Toplulukları	YouTube	35
İçerik Toplulukları	Tiktok	18
İçerik Toplulukları	Flickr	6
Microbloglar	Twitter	41
Mobil Sosyal Ağlar	WhatsApp	46

Mobil Sosyal Ağlar	Snapchat	22
Mobil Sosyal Ağlar	Telegram	19
Mobil Sosyal Ağlar	Bip	18
Mobil Sosyal Ağlar	Tango	18
Mobil Sosyal Ağlar	Line	17
Mobil Sosyal Ağlar	Viber	17
Sosyal Ağ Siteleri	Facebook	36
Sosyal Ağ Siteleri	Google Plus	29
Sosyal Ağ Siteleri	Myspace	16
Sosyal Ağ Siteleri	Pinterest	16
Sosyal Ağ Siteleri	LinkedIn	16
Vikiler	Wikipedia	9

Öğretmen adaylarının, popüler kültürün yaygınlaşmasında en fazla etkiye sahip olan sosyal medya araçları/ uygulamaları/platformlarının hangileri olduğuna yönelik soruya ilişkin vermiş oldukları cevaplar incelendiğinde, kategorik olarak farklı cevaplar verilmele birlikte tekrarlanma sıklığında hangi sosyal medya araçlarının etkili olduğuna yönelik katılımcılara ilişkin veriler yukarıdaki tablo ve grafikte verilmiş olup katılımcılara ait sosyal medya araçlarına/uygulamalarına ilişkin tercih sıklığı şu şekildedir: *Instagram* (47), *WhatsApp* (46), *Twitter* (41), *Facebook* (36), *YouTube* (35), *Google Plus* (29), *Snapchat* (22), *Telegram* (19), *TikTok* (18), *Bip* (18), *Tango* (18), *Line* (17), *Viber* (17), *Myspace* (16), *Pinterest* (16), *LinkedIn* (16), *Blogger* (12), *Tumblr* (12), *Wikipedia* (9), *Donanım Haber* (7), *Shift Delete* (7), *Flickr* (6).

Katılımcıların verdikleri cevaplardan bazıları doğrudan şu şekildedir:

- ÖA₅: “Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, WhatsApp.”
- ÖA₁₄: “Bence internet ve Google Plus.”
- ÖA₂₀: “. Sosyal ağ siteleri: 1.Facebook 2.Google Plus 3.Pinterest 4.Myspace 5.Linkedin”
- ÖA₃₂: “Google Plus, WhatsApp, Telegram.”
- ÖA₃₇: “Sosyal ağlar; Myspace, Facebook, Pinterest, Google Plus, LinkedIn, mobil ağlar; WhatsApp, Viber, Line, Tango, Snapchat,”
- ÖA₄₄: “Twitter, Instagram, Facebook, WhatsApp.”
- ÖA₄₈: “Facebook, Twitter; Instagram ve YouTube”

Sosyal Medyanın Türkçeye Olumlu Etkileri**Soru 7: “Sosyal medya kullanımı bağlamında popüler kültürün Türkçeyi/ Türkçenin gelişimini olumlu olarak etkilediğini düşünüyor musunuz?” Sorusuna İlişkin Öğretmen Adaylarının Görüşleri**

Öğretmen adaylarının bu soruya vermiş oldukları cevaplara göre kategori, kod, frekans ve yüzdelikleri Tablo 7’de belirtilerek analiz edilmiştir:

Tablo 7. Sosyal Medya Kullanımı Bağlamında Popüler Kültürün Türkçeye Olumlu Etkilerine İlişkin Katılımcıların Görüşleri

Kategori	Kod	Katılımcılar	f	%
Sosyal Medyanın Türkçeye Olumlu Etkileri	Hayır, genel manada olumsuz etkiler olması	ÖA ₇ , ÖA ₁₃ , ÖA ₁₆ , ÖA ₁₈ , ÖA ₂₁ , ÖA ₂₂ , ÖA ₂₃ , ÖA ₂₄ , ÖA ₃₀ , ÖA ₃₂ , ÖA ₃₅ , ÖA ₄₁ , ÖA ₄₂ , ÖA ₄₃ , ÖA ₄₅ , ÖA ₄₇ , ÖA ₅₃ , ÖA ₅₈	18	31,0
	Hayır, Türkçenin kullanımında hassasiyet kaybı yaşanması	ÖA ₃ , ÖA ₄ , ÖA ₆ , ÖA ₈ , ÖA ₉ , ÖA ₁₁ , ÖA ₁₅ , ÖA ₂₈ , ÖA ₂₉ , ÖA ₃₆ , ÖA ₁₇ , ÖA ₂₅ , ÖA ₃₇ , ÖA ₅₀	14	24,1
	Evet, bazen olumlu etkiler olması	ÖA ₁₉ , ÖA ₂₆ , ÖA ₂₇ , ÖA ₃₁ , ÖA ₃₈ , ÖA ₃₉ , ÖA ₄₄ , ÖA ₅₅	8	13,7
	Hayır, Türkçe özelinde yabancılaşma ve yozlaşmaya yol açması	ÖA ₂ , ÖA ₅ , ÖA ₁₀ , ÖA ₃₄ , ÖA ₄₆ , ÖA ₅₂	6	10,3
	Kimi zaman olumlu, kimi zaman da olumsuz etkiler olması	ÖA ₁₂ , ÖA ₄₀ , ÖA ₄₉ , ÖA ₅₁ , ÖA ₅₆	5	8,6
	Hayır, Türkçede kısaltmalar yapılmasına neden olması	ÖA ₁ , ÖA ₁₄ , ÖA ₅₄ , ÖA ₅₇	4	6,8
	Hayır, yabancı dil hayranlığına ve yabancı sözcük istilasına neden olması	ÖA ₂₀ , ÖA ₃₃ , ÖA ₄₈	3	5,1
	Toplam		58	100

Öğretmen adaylarının, “sosyal medya kullanımı bağlamında popüler kültürün Türkçeyi/ Türkçenin gelişimini olumlu yönde etkiliyor mu?” sorusuna vermiş oldukları cevaplar incelendiğinde, görüşlerinin yedi kategoride toplandığı görülmektedir. ÖA₁ ÖA₁₄, ÖA₅₄, ÖA₅₇ “Hayır, Türkçede kısaltmalar yapılmasına neden olması”, ÖA₃, ÖA₄, ÖA₆, ÖA₈, ÖA₁₁, ÖA₁₅, ÖA₁₇, ÖA₁₇, ÖA₂₅, ÖA₂₈, ÖA₂₉, ÖA₃₆, ÖA₃₇, ÖA₅₀ “Hayır, Türkçenin kullanımında hassasiyet kaybı yaşanması”, ÖA₂, ÖA₅, ÖA₁₀, ÖA₃₄, ÖA₄₆, ÖA₅₂ “Hayır, Türkçe özelinde yabancılaşma ve yozlaşmaya yol açması”, ÖA₂₀, ÖA₃₃, ÖA₄₈ “Hayır, yabancı dil hayranlığına ve yabancı sözcük istilasına neden olması”, ÖA₇, ÖA₁₃, ÖA₁₆, ÖA₁₈, ÖA₂₁, ÖA₂₂, ÖA₂₃, ÖA₂₄, ÖA₃₀, ÖA₃₂, ÖA₃₅, ÖA₄₁, ÖA₄₂, ÖA₄₃, ÖA₄₅, ÖA₄₇, ÖA₅₃, ÖA₅₈ “Hayır,

genel manada olumsuz etkiler olması”, ÖA₁₉, ÖA₂₆, ÖA₂₇, ÖA₃₁, ÖA₃₈, ÖA₃₉, ÖA₄₄, ÖA₅₅ “Evet, bazen olumlu etkiler olması”, ÖA₁₂, ÖA₄₀, ÖA₄₉, ÖA₅₁, ÖA₅₆ “Kimi zaman olumlu, kimi zaman da olumsuz etkiler olması” şeklinde görüşler ortaya çıkmıştır.

Katılımcıların verdikleri cevaplardan bazıları doğrudan şu şekildedir:

- ÖA₁: “Olumlu olarak fazla etkilemiyor ne yazık ki!.. Çünkü insanlar yazışmalar esnasında daha kolay olduğu için sürekli kısaltmaları tercih ediyor. Slm, mrb, nbr, napıon vb. böyle kelimelerin yazımı arttıkça zamanla yabancı kelimelere de alışıyoruz.”

- ÖA₃: “Hayır, olumsuz etkilemektedir. Sosyal medya bağımlısı olarak şunu söyleyebilirim ki orada kimse dikkatli yazmıyor veya konuşmuyor.”

- ÖA₁₂: “Kimi zaman evet kimi zaman da hayır! Sosyal medyada özellikle Türk diline ait sayfa ve sözlük kanalları hizmet ederken, öte yandan kişiler arası konuşmada oldukça zararları görülmektedir.”

- ÖA₁₉: “Kendi açımdan yorumlayacak olursam sosyal medyada Türkçe ile ilgili birçok yeni bilgi ediniyorum. Hatta bildiğim bazı yanlışların doğrularını öğreniyorum.”

- ÖA₃₄: “Tabii ki de hayır! Aksine o güzel, ‘anamızın ak sütü’ olan dilimizi yozlaştırdığını düşünüyorum. “Efendy, Shafak, Achar, Neshe, Kitapchi, The Marmara, Dönerchy...” gibi saçma sapan yazılar dilimize sokulmaya çalışılıyor.”

Sosyal Medyanın Türkçeye Olumsuz Etkileri

Soru 8: “Sosyal medya kullanımı bağlamında popüler kültürün Türkçeyi/ Türkçenin gelişimini olumsuz olarak etkilediğini düşünüyor musunuz?” Sorusuna İlişkin Öğretmen Adaylarının Görüşleri

Öğretmen adaylarının bu soruya vermiş oldukları cevaplara göre kategori, kod, frekans ve yüzdelikleri Tablo 8’de belirtilerek analiz edilmiştir:

Tablo 8. Sosyal Medya Kullanımı Bağlamında Popüler Kültürün Türkçeye Olumsuz Etkilerine İlişkin Katılımcıların Görüşleri

Kategori	Kod	Katılımcılar	f	%
Sosyal Medyanın Türkçeye Olumsuz Etkileri	Evet, genel manada olumsuz yönde etkilemesi	ÖA ₁ , ÖA ₆ , ÖA ₇ , ÖA ₈ , ÖA ₉ , ÖA ₁₂ , ÖA ₁₃ , ÖA ₁₅ , ÖA ₁₇ , ÖA ₁₈ , ÖA ₂₂ , ÖA ₃₁ , ÖA ₃₃ , ÖA ₃₆ , ÖA ₃₇ , ÖA ₃₈ , ÖA ₄₂ , ÖA ₄₃ , ÖA ₄₈ , ÖA ₅₇ , ÖA ₅₈	21	36,2
	Evet, yabancı sözcüklerin teşvik edilmesi, söz varlığımızın zayıflaması	ÖA ₂ , ÖA ₅ , ÖA ₁₁ , ÖA ₁₆ , ÖA ₁₉ , ÖA ₂₃ , ÖA ₂₅ , ÖA ₂₇ , ÖA ₂₈ , ÖA ₃₂ , ÖA ₅₄	11	18,9
	Evet, Türkçenin kurallarının yok sayılması	ÖA ₃ , ÖA ₂₄ , ÖA ₂₉ , ÖA ₄₀ , ÖA ₄₆ , ÖA ₄₉ , ÖA ₅₃ , ÖA ₅₅	8	13,7
	Evet, millî bilincin aşınması	ÖA ₄ , ÖA ₂₆ , ÖA ₃₀ , ÖA ₃₅ , ÖA ₄₄ , ÖA ₅₀ , ÖA ₅₂ , ÖA ₅₆	8	13,7
	Evet, Türkçenin kirlenmesi	ÖA ₁₀ , ÖA ₂₁ , ÖA ₃₄ , ÖA ₃₉ , ÖA ₅₁	5	8,6
	Evet, nesiller arasında iletişim sorunlarına neden olması	ÖA ₁₄ , ÖA ₂₀	2	3,4
	Duruma göre kimi zaman olumlu, kimi zaman da olumsuz etkilerin olması	ÖA ₄₅ , ÖA ₄₇	2	3,4
	Hayır, olumsuz etkilerin olmaması	ÖA ₄₁	1	1,7
	Toplam		58	100

Öğretmen adaylarının, “sosyal medya kullanımı bağlamında popüler kültür Türkçeyi/ Türkçenin gelişimini olumsuz yönde etkiliyor mu?” sorusuna ilişkin vermiş oldukları cevaplar incelendiğinde, görüşlerinin sekiz kategoride toplandığı görülmektedir. ÖA₁, ÖA₆, ÖA₇, ÖA₈, ÖA₉, ÖA₁₂, ÖA₁₃, ÖA₁₅, ÖA₁₇, ÖA₁₈, ÖA₂₂, ÖA₃₁, ÖA₃₃, ÖA₃₆, ÖA₃₇, ÖA₃₈, ÖA₄₂, ÖA₄₃, ÖA₄₈, ÖA₅₇, ÖA₅₈ “Evet, genel manada olumsuz yönde etkilemesi”, ÖA₄, ÖA₂₆, ÖA₃₀, ÖA₃₅, ÖA₄₄, ÖA₅₀, ÖA₅₂, ÖA₅₆ “Evet, millî bilincin aşınması”, ÖA₂, ÖA₅, ÖA₁₁, ÖA₁₆, ÖA₁₉, ÖA₂₃, ÖA₂₅, ÖA₂₇, ÖA₂₈, ÖA₃₂, ÖA₅₄ “Evet, yabancı sözcüklerin teşvik edilmesi, söz varlığımızın zayıflaması”, ÖA₁₄, ÖA₂₀ “Evet, nesiller arasında iletişim sorunlarına neden olması”, ÖA₁₀, ÖA₂₁, ÖA₃₄, ÖA₃₉, ÖA₅₁ “Evet, Türkçenin kirlenmesi”, ÖA₃, ÖA₂₄, ÖA₂₉, ÖA₄₀, ÖA₄₆, ÖA₄₉, ÖA₅₃, ÖA₅₅ “Evet, Türkçenin kurallarının yok sayılması”, ÖA₄₁ “Hayır, olumsuz etkilerin olmaması”, ÖA₄₅, ÖA₄₇ “Duruma göre kimi zaman olumlu, kimi zaman da olumsuz etkilerin olması” görüşlerini ortaya koymuşlardır.

Katılımcıların verdikleri cevaplardan bazıları doğrudan şu şekildedir:

- ÖA₁₉: “Evet, dilimize yabancı kelimeler sokuyor.”

- ÖA₂₁: “Olumlu etkilediğini düşünmüyorum. Sosyal medya aracılığıyla yabancılara özenme söz konusu oluyor ve Türkçeyi kirleten nesil yetişiyor.”

- **ÖA₂₉**: “Maalesef, sosyal medya mecralarında herkes aklına geleni kuralstız kaidesiz yazdığı için Türkçenin olumsuz etkilendiğini düşünüyorum.”

- **ÖA₃₅**: “Evet, düşünüyorum. Çünkü bize ait olan geleneksel olan her şeyi “geri kalmışlık” adı altında küçümseniyor. Popülerliğe yaklaştıkça millî değerlerden uzaklaşıyor.”

- **ÖA₅₅**: “Evet, sosyal medyada kelimelerin Türkçe kullanımına özen gösterilmiyor ve sözcükler dil kurallarına uygun olarak kullanılmıyor.”

Türkçenin Sorunları

Soru 9: “Sizce Sosyal medya kullanımı bağlamında popüler kültürün neden olduğu Türkçenin sorunları nelerdir?” Sorusuna İlişkin Öğretmen Adaylarının Görüşleri

Öğretmen adaylarının bu soruya vermiş oldukları cevaplara göre kategori, kod, frekans ve yüzdeleri Tablo 9’da belirtilerek analiz edilmiştir:

Tablo 9. Sosyal Medya Kullanımı Bağlamında Popüler Kültürün Neden Olduğu Türkçenin Sorunlarına İlişkin Katılımcıların Görüşleri

Kategori	Kod	Katılımcılar	f	%
Türkçenin Sorunları	Telaffuz/söyleyiş yanlışları, yazım kuralları ve noktalama işaretleri ile ilgili sorunlar	ÖA ₁ , ÖA ₂ , ÖA ₄ , ÖA ₅ , ÖA ₇ , ÖA ₈ , ÖA ₉ , ÖA ₁₀ , ÖA ₁₁ , ÖA ₁₄ , ÖA ₁₇ , ÖA ₁₉ , ÖA ₂₅ , ÖA ₂₇ , ÖA ₂₉ , ÖA ₃₃ , ÖA ₃₄ , ÖA ₃₈ , ÖA ₃₉ , ÖA ₄₂ , ÖA ₄₉ , ÖA ₅₀ , ÖA ₅₃ , ÖA ₅₅ , ÖA ₅₆ , ÖA ₅₇ , ÖA ₅₈ .	27	46,5
	Yabancı sözcük ve karakter kullanımı	ÖA ₁₃ , ÖA ₂₄ , ÖA ₂₆ , ÖA ₂₈ , ÖA ₃₂ , ÖA ₄₄ , ÖA ₄₅ , ÖA ₄₆ , ÖA ₅₂ , ÖA ₅₄	10	17,2
	Türkçenin kurallarına uymama alışkanlığı	ÖA ₁₅ , ÖA ₂₀ , ÖA ₂₁ , ÖA ₂₂ , ÖA ₄₀ , ÖA ₄₁ , ÖA ₄₃ , ÖA ₄₇ , ÖA ₄₈ , ÖA ₅₁	10	17,2
	Anlatım bozuklukları, yanlış sözcük seçimi, argo ve kaba sözcük kullanımı	ÖA ₆ , ÖA ₁₂ , ÖA ₁₈ , ÖA ₂₃ , ÖA ₃₀ , ÖA ₃₁ , ÖA ₃₅ , ÖA ₃₆ , ÖA ₃₇	9	15,5
	Devrik cümle kullanımı	ÖA ₃ , ÖA ₁₆	2	3,4
Toplam			58	100

Öğretmen adaylarının, “sosyal medya kullanımı bağlamında popüler kültür Türkçeyi/ Türkçenin gelişimini olumsuz yönde etkiliyor mu?” sorusuna ilişkin vermiş oldukları cevaplar incelendiğinde, görüşlerinin beş kategoride toplandığı görülmektedir. ÖA₁, ÖA₂, ÖA₄, ÖA₅, ÖA₇, ÖA₈, ÖA₉, ÖA₁₀, ÖA₁₁, ÖA₁₄, ÖA₁₇, ÖA₁₉, ÖA₂₅, ÖA₂₇, ÖA₂₉, ÖA₃₃, ÖA₃₄, ÖA₃₈, ÖA₃₉, ÖA₄₂, ÖA₄₉, ÖA₅₀, ÖA₅₃, ÖA₅₅, ÖA₅₆, ÖA₅₇, ÖA₅₈, “telaffuz/söyleyiş yanlışları,

yazım kuralları ve noktalama işaretleri ile ilgili sorunlar”, ÖA₆, ÖA₁₂, ÖA₁₈, ÖA₂₃, ÖA₃₀, ÖA₃₁, ÖA₃₅, ÖA₃₆, ÖA₃₇ “anlatım bozuklukları, yanlış sözcük seçimi, argo ve kaba sözcük kullanımı”, ÖA₁₃, ÖA₂₄, ÖA₂₆, ÖA₂₈, ÖA₃₂, ÖA₄₄, ÖA₄₅, ÖA₄₆, ÖA₅₂, ÖA₅₄ “yabancı sözcük ve karakter kullanımı”, ÖA₁₅, ÖA₂₀, ÖA₂₁, ÖA₂₂, ÖA₄₀, ÖA₄₁, ÖA₄₃, ÖA₄₇, ÖA₄₈, ÖA₅₁ “Türkçenin kurallarına uymama alışkanlığı”, ÖA₃ ve ÖA₁₆ ise “devrik cümle kullanımı” şeklinde görüşlerini ifade etmişlerdir.

Katılımcıların verdikleri cevaplardan bazıları doğrudan şu şekildedir:

- ÖA₁₆: “Sürekli olarak devrik cümle kurmak buna bir örnek olabilir.”
- ÖA₂₄: “Yabancı kökenli sözcük kullanımının, Türkçenin en büyük sorunlarından birisi olduğunu düşünüyorum. Sosyal medya kullanımı sırasında yazılan yazılarda yapılan yanlışlıklar da Türkçenin sorunları arasında yer alıyor.”
- ÖA₃₀: “Gereksiz sözcük kullanımı, kaba argo sözcüklerin kullanımı, de/da’nın yazımı.”
- ÖA₄₄: “Yabancı kökenli sözcük kullanımı sosyal medyada karşımıza sık sık çıkmaktadır. Bunun yerine Türkçe sözcükler tercih edilmelidir.”

Çözüm Önerileri

Soru 10. Sosyal medya kullanımı bağlamında popüler kültürün neden olduğu Türkçenin sorunlarını azaltmak için neler yapılabilir? Öneriniz/önerileriniz varsa nelerdir? Sorusuna İlişkin Öğretmen Adaylarının Görüşleri

Öğretmen adaylarının bu soruya vermiş oldukları cevaplara göre kategori, kod, frekans ve yüzdeleri Tablo 10’da belirtilerek analiz edilmiştir:

Tablo 10. Sosyal Medya Kullanımı Bağlamında Popüler Kültürün Neden Olduğu Türkçenin Sorunlarının Azaltılmasına İlişkin Katılımcıların Önerileri

Kategori	Katılımcılar	f	%	
Çözüm Önerileri	Türkçenin kullanımında millî hassasiyetin gösterilmesi	ÖA ₁ , ÖA ₄ , ÖA ₅ , ÖA ₇ , ÖA ₁₁ , ÖA ₁₂ , ÖA ₁₃ , ÖA ₁₇ , ÖA ₁₈ , ÖA ₂₁ , ÖA ₂₇ , ÖA ₂₈ , ÖA ₃₁ , ÖA ₃₂ , ÖA ₃₃ , ÖA ₃₄ , ÖA ₃₇ , ÖA ₄₄ , ÖA ₄₈ , ÖA ₅₁ , ÖA ₅₅ , ÖA ₅₇	22	37,9
	Sosyal medya ortamları dâhil eğitici-öğretici birtakım uygulamalar, konferanslar, kamu spotları ve projelerin yapılması	ÖA ₃ , ÖA ₁₀ , ÖA ₁₅ , ÖA ₁₆ , ÖA ₁₉ , ÖA ₂₀ , ÖA ₂₆ , ÖA ₃₀ , ÖA ₄₁ , ÖA ₄₂ , ÖA ₄₃ , ÖA ₅₃ , ÖA ₅₄ , ÖA ₅₆	14	24,1
	Türkçenin doğru kullanımına yönelik yaptırımların olması	ÖA ₂ , ÖA ₆ , ÖA ₉ , ÖA ₂₂ , ÖA ₃₅ , ÖA ₃₆ , ÖA ₃₉ , ÖA ₄₅ , ÖA ₄₇ , ÖA ₅₂ , ÖA ₅₈	11	18,9
	Dil öğretiminde yaparak yaşayarak öğrenmenin esas kılınması, öğrencilerin bilinçlendirilmesi	ÖA ₁₄ , ÖA ₂₃ , ÖA ₂₉ , ÖA ₄₀ , ÖA ₅₀	5	8,6
	Türkçenin doğru kullanımına yönelik programlar geliştirilmesi	ÖA ₂₅ , ÖA ₃₈	2	3,4
	Önerinin olmaması	ÖA ₄₆	1	1,7
	Yapılabilecek bir şeyin olmaması	ÖA ₈	1	1,7
	Sosyal medyanın gereksiz kullanımından kaçınılması	ÖA ₄₉	1	1,7
Türkçe sözcük kullanımının teşvik edilmesi	ÖA ₂₄	1	1,7	
Toplam		58	100	

Öğretmen adaylarının, sosyal medya kullanımı bağlamında popüler kültürün neden olduğu Türkçenin sorunlarını azaltmak için önerileri olup olmadığına ilişkin soruya vermiş oldukları cevaplar incelendiğinde, görüşlerinin dokuz kategoride toplandığı görülmektedir. ÖA₁, ÖA₄, ÖA₅, ÖA₇, ÖA₁₁, ÖA₁₂, ÖA₁₃, ÖA₁₇, ÖA₁₈, ÖA₂₁, ÖA₂₇, ÖA₂₈, ÖA₃₁, ÖA₃₂, ÖA₃₃, ÖA₃₄, ÖA₃₇, ÖA₄₄, ÖA₄₈, ÖA₅₁, ÖA₅₅, ÖA₅₇ “Türkçenin kullanımında millî hassasiyetin gösterilmesi”, ÖA₂, ÖA₆, ÖA₉, ÖA₂₂, ÖA₃₅, ÖA₃₆, ÖA₃₉, ÖA₄₅, ÖA₄₇, ÖA₅₂, ÖA₅₈ “Türkçenin doğru kullanımına yönelik yaptırımların olması”, ÖA₃, ÖA₁₀, ÖA₁₅, ÖA₁₆, ÖA₁₉, ÖA₂₀, ÖA₂₆, ÖA₃₀, ÖA₄₁, ÖA₄₂, ÖA₄₃, ÖA₅₃, ÖA₅₄, ÖA₅₆ “sosyal medya ortamları dâhil eğitici-öğretici birtakım uygulamalar, konferanslar, kamu spotları ve projelerin yapılması”, ÖA₁₄, ÖA₂₃, ÖA₂₉, ÖA₄₀, ÖA₅₀ “dil öğretiminde yaparak yaşayarak öğrenmenin esas kılınması, öğrencilerin bilinçlendirilmesi”, ÖA₂₅, ÖA₃₈ “Türkçenin doğru kullanımına yönelik programlar geliştirilmesi”, ÖA₂₄ “Türkçe sözcük kullanımının teşvik edilmesi”, ÖA₄₉ “sosyal medyanın gereksiz kullanımından kaçınılması” derken, ÖA₈ “yapılabilecek bir şeyin olmaması”, ÖA₄₆ “önerinin olmaması” demmiştir.

Katılımcıların verdikleri cevaplardan bazıları doğrudan şu şekildedir:

- **ÖA₈**: “Herhangi bir şeyi yapabileceğimiz süreci çoktan geçtiğimizi düşünüyorum.”

- **ÖA₂₃**: “Okullarda sadece Türkçenin kuralları değil, neden bu kurallara uymamız gerektiği de anlatılmalıdır. Ezberci anlayışın yoğun olarak öğrenciye dayatıldığı Türkçe ve Türk Dili ve Edebiyatı derslerinin öğretmenler tarafından daha etkili ve ilgi çekici bir şekilde işlenmesi gerekmektedir.”

- **ÖA₂₆**: “Sosyal medya da dâhil dil bilgisi ile pek çok alanda yayınlar yapılabilir. Sosyal medyada dilin doğru kullanımı ile ilgili geniş bir kitle oluşturulabilir.”

- **ÖA₂₈**: “Türkçe kelimeleri olduğu gibi yazmak, yani kısaltma yapmamak, kelimelerde Türkçe karşılığı yerine yabancı karşılığını seçip kullanmamayı alışkanlık hâline getirmeliyiz.”

- **ÖA₄₉**: “Sosyal medyanın amacı dışında ve gereksiz ölçüde fazla kullanımından kaçınmanın tek çözüm yolu olduğunu düşünüyorum.”

- **ÖA₅₃**: “Anketler düzenlenebilir. İnsanlar bilgilendirilebilir.”

Tartışma, Sonuç ve Öneriler

Öğretmen adaylarının, “popüler” kavramına yönelik açık uçlu birinci soruya verdikleri cevaplar incelendiğinde, %56 oranında “belli bir dönem süresince moda olan, meşhur (ünlü), ilgi duyulan, beğenilen şey”, bu görüşe yakın olarak %36,2 oranında “herkes tarafından bilinen, tercih edilen, insanları etkileyen unsurlar” olarak belirtilmiştir. Bazı öğrencilerin bireysel olarak farklı görüşleri de ifade ettikleri görülmektedir. Bunlar: “yaşamımızı etkileyen, taklit ürünü olan”, “kapitalist düşüncenin ürünü”, “benzeme, benzeşme hâli”, “dünya genelinde yeni olan şeyler için kullanılan kavram” şeklindeki bu kategorik görüşlerin her biri %1,7 oranındadır. Genel olarak ‘belli bir süre boyunca ilgi duyulan, tercih edilen, beğenilen, herkes tarafından bilinen’ şeklinde bir tanımın yapıldığı görülmektedir. Öğretmen adaylarının, “popüler” kavramına bağlı olarak “popüler kültür” kavramına ilişkin açık uçlu dördüncü soruya verdikleri cevaplar incelendiğinde, popüler kavramı doğrultusunda cevaplar verildiği görülmektedir. %39,6 oranında “belli bir dönem süresince moda olan, ilgi duyulan, beğenilen, geçici olan, kalıcı olmayan ama iz bırakan kültür”, % 51,7 “etkileşime dayalı, herkesi etkisi altına alan, yaygın kültür”, %6,89 “sahte/yapay kültür”, %1,7 “Bilmiyorum.” şeklinde görüşlerini ifade ettikleri görülmektedir. Popüler ve popüler kültür kavramları konusunda genel manada öğretmen adaylarının teorik olarak bilgi sahibi oldukları sorulara verdikleri cevaplardan anlaşılmaktadır. Alanyazında “popüler ve popüler kültür” kavramlarının ayrı ayrı değil, genel olarak “popüler kültür” kavramı ekseninde ele alındığı görülmektedir. Araştırmalarda ortaya konan görüşler ile öğretmen adaylarının görüşleri arasında benzerlikler söz konusudur.

Popüler kavramı genel manada, “pek çok kimse tarafından kabul gören, tanınan” (Coşgun, 2012, s. 841), “halkın zevkine uygun, halk tarafından tutulan” anlamındadır.

Popüler kültür ise “günlük yaşamın kültürü” olarak tanımlanabilir (Çiğdem, 2005, s. 53). Kaya ve Tuna (2010, s. 37) popüler kültürü, yaşamımızın her alanında karşımıza çıkan, bilim ve teknolojideki gelişmelere koşut olarak kitle iletişim araçları vasıtasıyla geniş kitleleri etkileyen ve bu kitleler tarafından beğenilen, kabul gören kültür ya da *gündelik tüketim kültürü* olarak tanımlamaktadır. Günindi-Ersöz’e göre (2002) popüler kültür, yaşamımızın her alanına etki eden, halkı belli kurallara ve görüşler katılmaya teşvik edici yönlere sahip, “gündelik yaşam kültürü” olarak da tanımlanan ve en önemli özellikleri de “halka ait” ve “yaygın” olmasıdır.

Öğretmen adaylarının, “kültür” kavramına ilişkin açık uçlu ikinci soruya verdikleri cevaplar incelendiğinde, %43,1 “bir millete ait olan, bir milleti millet yapan, onu farklı kılan, nesilden nesile benimsenen ve aktarılan değerler manzumesi”, %34,4 “geçmişten günümüze süregelen maddi ve manevi değerler”, %8,6 “geçmişten günümüze süregelen yaşantılar”, %3,4 “hayatımıza dair her şey”, yine aynı oranda %3,4 “insanlar ve milletler arasında köprü” olarak tanımlamışlardır. Geriye kalan “insanı ve toplumu bir araya getiren şey”, “değer”, “değişken olan” ve “toplumun mihenk taşı” temalarının her birinin oranı %1,7’dir. Kültür kavramı tanımlarının birbirlerine yakın ve tamamlayıcı düşünceler içerdiği görülmektedir. Genel olarak yaygın bir tanım olarak kabul edilen “yaşantılar sonucunda oluşan, nesilden nesile aktarılan, bir milleti diğer milletlerden ayıran maddi ve manevi değerler” tanımının genel olarak ortak bir tanım olarak ortaya çıktığı görülmektedir. Yüzdeler olarak büyük oranda kültür kavramı konusunda bilgi sahibi oldukları, farklı kategorik görüşlerde sınıflandırılmakla birlikte birbirlerine yakın görüşleri ifade ettikleri görülmektedir. Bu soruya ilişkin bulgular incelendiğinde, genel manada öğretmen adaylarının kültür kavramına yönelik yeterli düzeyde bilgi sahibi oldukları, alan yazındaki tanımlara benzer şekilde tanımlamalar yaptıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Akpınar ve Genç (2017) tarafından öğretmen adaylarının kültür kavramına ilişkin görüşlerinin tespitine yönelik yapılan araştırmada da öğretmen adayları kültürü, “*belli bir süreçte oluşan maddi ve manevi birikim, manevi değerler bütünü, geçmiş ile gelecek arasında köprü*” şeklinde tanımlamışlardır.

Öğretmen adaylarının, “millî kültür” kavramına ilişkin açık uçlu üçüncü soruya verdikleri cevaplar incelendiğinde, %86,2 oranında “bize özgü, bizi biz yapan, diğer milletlerden ayıran, farklı kılan maddi ve manevi değerler”, %5,17 “cevapsız”, %3,4 “kimliğimiz”, %3,4 “geçmişten günümüze gelen ve bize ait normlar”, %1,7 “ortak paydamız” şeklinde görüşlerini belirttikleri ve bu konuda ekseriyetle yeterli bilgiye sahip oldukları tespit edilmiştir. “Millî kültür” kavramının tanımına ilişkin olarak Ünlü (2012) tarafından yapılan araştırmadaki bulgular ile bu araştırmada elde edilen bulgular arasında benzerlikler söz konusudur. Alanyazında yer alan tanımlar incelendiğinde, bu kavramın tanımı konusunda öğretmen adaylarının teorik olarak tanım yapabilme noktasında yeterli bilgiye sahip oldukları araştırma sonucunda ortaya çıkmıştır.

Öğretmen adaylarının, “popüler kültür ve dil ilişkisi” hakkındaki açık uçlu beşinci soruya verdikleri cevaplar incelendiğinde, oransal olarak %34,4 “etkileşimin, olumlu veya

olumsuz kaçınılmaz olması” derken, “%25,8 “dili olumsuz yönde etkilemesi”, %18,9 “geçici olan popüler kültürün, dilde kalıcı sorunlara, zararlara sebep olması”, %15,5 “dilde yozlaşmaya neden olması” %3,4 “dilde kirlenmeye yol açması”, %1,7 “dilün üretiminde ve yayılmasında etkili olması” şeklinde görüşler ifade edilmiştir. Çoğunlukla popüler ve kültür ve dil kavramı yan yana düşünüldüğünde, öğretmen adaylarının neredeyse tamamının, popüler kültüre yönelik olumsuz algıları söz konusudur. Sadece bir katılımcı, dilin üretimi ve yayılmasında popüler kültürün olumlu etkileri olduğunu ifade etmiştir. Sakallı tarafından yapılan “*Türkçe Popüler Kültür*” adlı araştırmada (2014, s. 307) popüler kültür, halkın sevdiği kültür olmaktan ziyade küreselleşmenin dayattığı bir kültürel olgudur. Bu olgudan anlaşılması gereken insanların kendi kültürlerinden vazgeçip kendilerine sunulan bu kültürü beğenip, bundan zevk almaları ve buna uygun şekilde davranışlar sergilemeleridir. Her alanda karşımıza çıkan popüler kültür, tek ve ortak bir zevk oluşturan dış kaynaklı bir kültürdür. Bu itibarla millî değerlere, Türkçeye zarar vermektedir.

Türkçe, popüler kültür içerisinde yozlaşıp bozulmaktadır (Onuk, 2009, s.557). Alan-yazında yer alan bu görüşler ile araştırmada öğretmen adayları tarafından ortaya konulan görüşler arasında koşutluklar söz konusudur.

Öğretmen adaylarının popüler kültürün yaygınlaşmasında en fazla etkiye sahip olan sosyal medya araçları/uygulamaları/platformlarının hangisi/hangileri olduğuna dair cevaplar incelendiğinde; otuz beş kategorik görüş belirlenmiştir. Bu kategorik görüşler bağlamında sosyal medya araçlarından, uygulamalarından hangilerinin popüler kültürün yaygınlaşmasında en fazla etkiye sahip olduğu yönündeki soru çerçevesinde sosyal ağ sitelerinden “*Myspace, Facebook, Pinterest, Google Plus, Linkedln*” adlı uygulamaların etkili olduğu görüşü belirtilmekle birlikte, sosyal ağ sitelerinden özellikle “*Facebook ve Google Plus*” uygulamalarının daha fazla etkili olduğu, tekrarlanma sıklığından anlaşılmaktadır. Tekrarlanma sıklığında 16 katılımcı “*Myspace*”, 16 katılımcı “*Pinterest*”, 16 katılımcı “*Linkedln*”, 36 katılımcı “*Facebook*”, 29 katılımcı tarafından “*Google Plus*” uygulaması ifade edilmiştir. *Bloglar ve İnternet Günlüğü* uygulamalarının kısmen etkili olduğuna dair 12 katılımcı “*Blogger*”, 12 katılımcı tarafından da “*Tumblr*” görüşü ifade edilmiştir. Bu anlamda blogların diğer sosyal medya uygulamalarına nazaran etkisinin az olduğu görülmektedir. Microblog olarak ise “*Twitter*” uygulamasının yoğun olarak kullanıldığı yönünde 41 katılımcının görüş belirttiği görülmektedir. Dolayısıyla microblog ve sosyal medya aracı olarak “*Twitter*”, popüler kültürün yaygınlaşmasında etkili bir araç olduğu ifade edilmiştir. Vikiler olarak “*Wikipedia*” 9 katılımcı tarafından beyan edilmiş; *forumlar* olarak 7 katılımcı “*Donanım Haber*”, 6 katılımcı “*Shift Delete vb.*” uygulamaların kısmen etkili olduğunu ifade ettikleri, “İçerik toplulukları” kategorisindeki sosyal medya uygulamalarından “*Instagram*” 47 katılımcı ile en yüksek orana sahiptir. 35 katılımcı “*YouTube*”, 18 katılımcı “*Tiktok*”, 6 katılımcı “*Flickr*” demiştir. “*Instagram, YouTube, Tiktok.*” uygulamaların popüler kültürü yaygınlaştırdığı görüşü tekrarlanma sıklığı açısından yüksek düzeydedir. “*WhatsApp, Telegram, Viber, Bip, Line, Tango, Snapchat vb.*” mobil sosyal ağ uygulamalarıyla ilgili 46 katılımcı “*WhatsApp*”, 22 katılımcı “*Snapchat*”, 19 katılımcı “*Telegram*”, 18 katılımcı “*Tango*”, 18 katılımcı

“Bip”, 17 katılımcı “Line”, 17 katılımcı Viber uygulamalarını yoğun olarak kullandıkları yönünde kategorik görüşler ortaya çıkmıştır. Özellikle “WhatsApp” uygulamasının yoğun olarak kullanıldığı görülmektedir. Sosyal medya uygulamalarından *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *YouTube*, *TikTok*, *WhatsApp*’ın yoğun olarak kullanıldığı, popüler kültürün yaygınlaşmasında önemli etkilere sahip olduğu öğretmen adaylarının görüşleri sonucunda tespit edilmiştir. Alanyazında yer alan araştırmalar ile bu araştırmada ortaya çıkan en fazla tercih edilen sosyal medya araçları ile ilgili sonuçlar arasında benzerlikler söz konusudur. Baş ve Diktaş (2020: 205) tarafından öğretmen adaylarına yönelik yapılan araştırmaya göre en çok kullanılan sosyal medya araçları, *Instagram*, *Facebook*, *Twitter* ve *Snapchat* olmuştur.

Facebook, olağanüstü sosyal ağ kuran en popüler site olarak sosyal mecrada kendine yer bulmuştur. *Facebook*’un dışında *WhatsApp*, *LinkedIn*, *Twitter*, *Instagram*, *YouTube*, *Myspace* gibi sosyal ağlar da yoğun olarak karşımıza çıkmaktadır (Akt. Oğuz ve Sözcü, 2016, s.623). Türkiye’de en çok tercih edilen sosyal medya platformları, *Facebook*, *YouTube*, *Instagram* ve *WhatsApp*’tır (Akbaş Coşar ve Gedik, 2021: 34). En çok ziyaret edilen ve kullanıcı sayıları hızla artan sosyal ağ siteleri arasında *Facebook*, *MySpace*, *Flickr* ve *YouTube* yer almaktadır (Tonta, 2009, s.742). Öğretmen adaylarının en çok kullandıkları sosyal medya uygulamaları, en başta yoğun olarak kullanılan *Facebook* olmak üzere, *WhatsApp*, *Snapchat*, *Instagram*, *Twitter* ve *Swarm*’dır (Türe vd., 2020, s.301). Ata ve Yıldırım (2016, s.594) tarafından öğretmen adaylarına yönelik yapılan araştırmada, ödev paylaşımlarının sıklıkla yapıldığı medya araçları olarak *Facebook*, *Twitter* *Youtube* *Instagram*, *Dailymotion*, *WhatsApp*’ın yoğun bir şekilde kullanıldığı araştırma sonucunda tespit edilmiştir. Alanyazında yer alan araştırmalarda ortaya çıkan sonuçlar ile bu araştırmadaki bulgular arasında benzerlikler belirgindir.

Öğretmen adaylarının, sosyal medya kullanımı bağlamında popüler kültürün Türkçeyi/ Türkçenin gelişimini olumlu yönde etkileyip etkilemediğine ilişkin açık uçlu yedinci soruya verdikleri cevaplar incelendiğinde, %31,0 “hayır, genel manada olumsuz etkiler olması”, %24,1 “hayır, Türkçenin kullanımında hassasiyet kaybı yaşanması”, %13,7 “evet, bazen olumlu etkiler olması”, %10,3 “hayır, Türkçe özelinde yabancılaşma ve yozlaşmaya yol açması”, %8,6 “Kimi zaman olumlu, kimi zaman da olumsuz etkilerini gözlemliyorum.” %6,8 “hayır, Türkçede kısaltmalar yapılmasına neden olması” %5,1 “hayır, yabancı dil hayranlığına ve yabancı sözcük istilasına neden olması” şeklinde cevapladıkları görülmektedir. Öğretmen adaylarının, popüler kültürün Türkçenin gelişimine olumlu katkıları olup olmadığına ilişkin verdikleri cevaplarda “hayır!” diyenlerin oranı yüksek düzeydedir. Türkçeye yönelik olumlu anlamda etkileri olduğunu düşünen öğretmen adayları olmakla birlikte bu oran olumsuz düşünen öğretmen adaylarına nazaran düşük seviyededir.

Akbyık vd., tarafından yapılan “Öğrencilerin İnternet Ortamında Kullandıkları Yazılı Sohbet Dili Üzerine Bir Araştırma” adlı araştırmada büyük harflerin yazımı, eklerin yazımı, edatların yazımı, sözcüklerin yanlış yazılması vb. eylemlerle karşılaştığı, in-

formel iletişim ortamlarında yazılı sohbetlerde özellikle yazım kuralları konusunda sınırlar yaşandığı, Türkçenin standart kullanımından uzak bir dil anlayışını benimsendiği ve Türkçenin temel kurallarına neredeyse hiç uyulmadığı (2013, s.17), yine bu kapsamda Hithit (2020, s.57) tarafından yapılan “*Teknolojinin Gideri: Sanalizasyon! Sanal Dil ve Yansımaları*” adlı araştırmanın sonuçlarına göre; araştırma konusu olan WhatsApp uygulamasının öğrenciler tarafından yoğun olarak kullanıldığı, bu uygulama kullanılırken Türkçenin ses ve yazım kurallarına uyulmadığı, yazım dilini özensiz bir şekilde gerçekleştirdiği, hatalı ve argo sözcükler kullanıldığı, sözcük ve cümleler yerine yoğun olarak emoji kullanıldığı tespit edilmiştir. Araştırma bulgularıyla örtüşen sonuçlar ortaya çıkmıştır.

Öğretmen adaylarının, sosyal medya kullanımı bağlamında popüler kültürün Türkçeyi/ Türkçenin gelişimini olumsuz yönde etkileyip etkilemediğine ilişkin açık uçlu sekizinci soruya verdikleri cevaplar incelendiğinde, %36,2 “evet, genel manada olumsuz yönde etkilemesi”, %18,9 “evet, yabancı sözcüklerin teşvik edilmesi, söz varlığımızın zayıflaması”, %13,7 “evet, millî bilincin aşınması”, %13,7 “evet, Türkçenin kurallarının yok sayılması”, %8,6 “evet, Türkçenin kirlenmesi”, %3,4 “evet, nesiller arasında iletişim sorunlarına neden olması”, yine aynı oranda %3,4 “duruma göre kimi zaman olumlu, kimi zaman da olumsuz etkilerin olması” derken, %1,7 “hayır, olumsuz etkilerin olmaması” demıştır. Sayısal olarak %95’e yakın bir oranda popüler kültürün sosyal medya bağlamında Türkçeyi, Türkçenin gelişimini olumsuz yönde etkilediğine dair ortak görüşler ortaya çıkmıştır.

Sosyal medya, yarı Türkçe yarı İngilizce yeni kelimeleri dilimize katmaktadır. Ayrıca yarı Türkçe yarı İngilizce birtakım isim ve fillerin kullanım sıklığı da aşırı düzeyde seyretmektedir. Sosyal medyada ortaya çıkan kelimeler çok kısa zamanda günlük konuşma diline yansiyabilmekte ve bu etkileşim artarak devam etmektedir (Oğuz, 2012, s.1164). Son yıllarda kitle iletişim araçları başta olmak üzere özellikle sosyal medya denilen sanal ortamda, bütün uyarılara rağmen dil yanlışlarına ısrarla devam edilmektedir. Her ne kadar bu konuda bilinçlendirmeye yönelik bir çaba olsa da bu yetersizdir. Türkçenin ses ve şekil yapısına uygun olmayan birtakım davranışlar, kısaltmalarda yapılan yanlışlar, yazım kuralları ve noktalama işaretlerine uyulmaması gibi davranışlar beraberinde herhangi bir standardı olmayan E-Türkçe de denilen bir dil ortaya çıkmıştır (Akteş ve Şentürk, 2014, s. 427). Bulut ve Kirbaş tarafından yapılan çalışmada, kitle iletişim araçlarından internet kapsamında özellikle sosyal medyada birçok sorun yaşandığı, özellikle başta Türkçe karakter kullanımında olmak üzere, yabancı sözcük kullanımında, yazılı ve sözlü anlatım bozuklukları konularında, yazım kuralları ve noktalama işaretleri vb. konularda millî şuur eksikliğine bağlı olarak dile yönelik sorunlar yaşandığı, dil kullanımında hassasiyet gösterilmediği, yapay bir kitle iletişim jargonu oluştuğu araştırma sonucunda ortaya çıkmıştır. (2019, s.149). Araştırmalarda ortaya çıkan sonuçlar sosyal medyanın Türkçeyi olumsuz yönde etkilediği şeklindedir. Dolayısıyla çalışmada ortaya çıkan bulgularla paralellikler söz konusudur.

Öğretmen adaylarının, sosyal medya kullanımı bağlamında popüler kültürün neden olduğu Türkçenin sorunlarına ilişkin açık uçlu dokuzuncu soruya verdikleri cevaplar incelendiğinde, %46,5 “telaffuz/söyleyiş yanlışları, yazım kuralları ve noktalama işaretleri ile ilgili sorunlar”, %15,5 “anlatım bozuklukları, yanlış sözcük seçimi, argo ve kaba sözcük kullanımı”, %17,2 “yabancı sözcük ve karakter kullanımı”, %17,2 “Türkçenin kurallarına uymama alışkanlığı”, %3,4 “devrik cümle kullanımı” şeklinde kategorik görüşler ortaya çıkmıştır. Ortaya çıkan sorunların Türkçenin güncel sorunlarının başında geldiğini söylemek mümkündür. Özellikle sosyal medya kaynaklı telaffuz/söyleyiş yanlışları, yazım ve imla kurallarına uymama, anlatım bozuklukları ve yabancı sözcük kullanımının önemli sorunlar olarak görüldüğü anlaşılmaktadır. Bahar, “*Bilişim Suçları, İletişim ve Sosyal Medya*” adlı araştırmasında, sosyal medyada Türkçeyi tahrip eden, kurallara uygun olmayan kullanımların olduğunu ve kendine özgü olan bu kullanımların, sosyal medyada yaygın olan bir jargon hâline geldiğini araştırma sonucunda ortaya koymuştur. Ayrıca, dilin temel yapısına aykırılık teşkil eden, zarar veren, hata ve yanlışlarla dolu bu anlayışın; yanlış kısaltmalar, alfabemizde olmayan yabancı harfler, harfin olmadığı birtakım sembollerin kullanımı, argo ve kaba sözcük kullanımı şeklinde kendini gösterdiği ve sosyal medya açısından bu durumun olağan olarak kabul edildiği tespit edilmiştir (2018, s.20). Ayrancı vd., “*Sosyal Paylaşım Sitelerinin Türkçe Dil Becerilerinin Gelişimine Etkisi*” adlı araştırmasında; büyük ve küçük harflerin yazımı, yazım kurallarına uymama, vurgudan kaynaklı harflerin birden fazla yazılması, sesli harflerin yazılmaması gibi birtakım olumsuz davranışların sosyal paylaşım sitelerinde iletişim aracı olarak kullanılan Türkçe dil becerisinin kullanımında, özellikle yazma becerisini olumsuz yönde etkilediği tespit edilmiştir (2015, s.42). Ortaya çıkan bu sonuçlar ile araştırma sonuçlarının örtüştüğü görülmektedir.

Öğretmen adaylarının, sosyal medya kullanımı bağlamında popüler kültürün neden olduğu Türkçenin sorunlarını azaltmaya yönelik önerileri olup olmadığına ilişkin açık uçlu onuncu soruya verdikleri cevaplar incelendiğinde, %37,9 “Türkçenin kullanımında millî hassasiyetin gösterilmesi”, %24,1 “Sosyal medya ortamları dâhil eğitici ve öğretici birtakım uygulamalar, konferanslar, kamu spotları ve projelerin yapılması”, %18,9 “Türkçenin doğru kullanımına yönelik yaptırımların olması”, %8,6 “Dil öğretiminde yaparak yaşayarak öğrenmenin esas kılınması, öğrencilerin bilinçlendirilmesi”, %3,4 “Türkçenin doğru kullanımına yönelik programlar geliştirilmesi”, %1,7 “Önerisinin olmadığını”, %1,7 “Yapılabilecek bir şeyin olmadığını”, %1,7 “Sosyal medyanın gereksiz kullanımından kaçınılması”, %1,7 “Türkçe sözcük kullanımının teşvik edilmesi” şeklinde yüzdeler oranlar ortaya çıkmıştır. Öğretmen adayları, çoğunlukla sorunun millî hassasiyetle çözülebileceğine inanmaktadırlar. Bununla birlikte dil öğretiminde yaparak yaşayarak öğrenme anlayışıyla hareket edilmesinin, bireylerin eğitilmesinin, duyarlılıklarının artırılmasının ve birtakım yaptırımlar getirilmesinin de gerektiğini vurguladıkları görülmektedir. Ayrıca sosyal medyada Türkçenin kullanımına yönelik programlar geliştirilebileceğini, Türkçe sözcük kullanımının teşvik edilmesi gerektiğini ve sosyal medyanın çok fazla kullanılmamasının da hayati önem taşıdığını düşündükleri araştırma sonucunda

tespit edilmiştir.

Egemen ideolojiler tarafından sunulan, bağımlı bireylerin yetiştirildiği ortam olan popüler kültür, bir afyondur. Bu yüzden düşünemeyen, eleştirmeyen, sorgulamayan tekdüze bir kimliğe sahip bireylerin yetiştirildiği bir ortamdır. Popüler kültür aracılığıyla adeta kültür emperyalizmi gerçekleştirilmekte, millî değerlerimiz aşındırılmaktadır. Milletimizin yücelmesini sağlamanın yolu millî bir hassasiyetle eğitimden geçmektedir (Özkan, 2006). Popüler kültür, çocuklara verilen isim tercihlerinde olumlu ve olumsuz sonuçların oluşmasına neden olmaktadır. Popülerlik beraberinde bazı isimlerin azalmasına bazı isimlerin artmasına sebep olmaktadır. Kişi, karakter ve durumlarda popülerlik durumunun azalmasıyla isim tercihlerinde azalma olduğu, isimlendirmedeki ani yükseliş ve ani düşüşler, popülerlik durumuna göre değişkenlik gösterdiği yapılan araştırmada tespit edilmiştir (Yegin, 2020, s.123). Araştırma sonucunda ortaya çıkan sonuçlarla örtüştüğü görülmektedir.

Araştırmanın bulgularına göre öğretmen adaylarının; kültür, millî kültür, popüler, popüler kültür kavramları ile ilgili bilgiye sahip oldukları, popüler kültürün toplum üzerinde önemli etkilere sahip olduğunu düşündükleri, özellikle teknolojik gelişmelere paralel olarak sosyal medyanın güç kazanmasıyla birlikte bu mecrada popüler kültür öğelerinin etkisiyle Türkçenin kullanımında telaffuz/söyleyiş yanlışları, yazım kuralları ve noktalama işaretleri ile ilgili sorunlar, anlatım bozuklukları, yanlış sözcük seçimi, argo ve kaba sözcük kullanımı, yabancı sözcük ve karakter kullanımı, devrik cümle kullanımı kapsamında Türkçenin kurallarına uymama ve millî hassasiyet kaybı gibi sorunların Türkçenin güncel sorunlarının başında geldiğini ifade etmişlerdir.

Öğretmen adayları tarafından sosyal medyanın Türkçeyi/Türkçenin gelişimini genel manada olumsuz yönde etkilediği görüşü vurgulanmıştır. Bu kapsamda sosyal medya uygulamalarında Türkçenin kullanımında bazen olumlu etkiler olmakla birlikte yüksek oranda ve genel manada olumsuz yönde etkiler söz konusudur. Sosyal medya araçlarındaki Türkçenin kullanımında hassasiyet kaybı, yabancı dil hayranlığı ve yabancı sözcük istilası yaşandığını, sosyal medyanın Türkçe özelinde yabancılaştırma ve yozlaşmaya yol açtığını, sosyal medyada yabancı sözcüklerin teşvik edildiğini, millî bilincin aşındığını, Türkçenin kurallarının yok sayıldığını, Türkçenin kirlendiğini ve sosyal medyanın nesiller arasında iletişim sorunlarına neden olduğuna dair görüşler açık uçlu sorulardan oluşan anket formundaki sorulara verdikleri cevapların analizinde ortaya çıkmıştır.

Öğretmen adaylarının, sosyal medya kullanımı bağlamında popüler kültürün neden olduğu Türkçenin sorunlarını azaltmaya yönelik önerileri olup olmadığına ilişkin görüşlerinde, Türkçenin kullanımında millî hassasiyetin gösterilmesi, sosyal medya ortamları dâhil eğitici ve öğretici birtakım uygulamalar, konferanslar, kamu spotları ve projelerin yapılması, Türkçenin doğru kullanımına yönelik yaptırımların olması, dil öğretiminde yaparak yaşayarak öğrenmenin esas kılınması ve öğrencilerin bilinçlendirilmesi, sosyal medyanın gereksiz kullanımından kaçınılması, Türkçe sözcük kullanımının teşvik edilmesi gerektiğini belirtmişlerdir. Öğretmen adayları çoğunlukla, sorunun millî hassasiyet-

le çözülebileceğine inanmaktadırlar. Bununla birlikte dil öğretiminde yaparak yaşayarak öğrenme anlayışının, bireylerin eğitilmesinin, duyarlılıklarının artırılmasının ve birtakım yaptırımlar getirilmesinin de gerektiğini vurguladıkları görülmektedir. Ayrıca sosyal medyada Türkçenin kullanımına yönelik programlar geliştirilebileceğini, Türkçe sözcük kullanımının teşvik edilmesi gerektiğini ve sosyal medyanın çok fazla kullanılmamasının da çok önemli olduğunu düşündükleri araştırma sonucunda tespit edilmiştir.

Araştırmadan elde edilen sonuçlar bağlamında şu önerilerde bulunulabilir:

- Kitle iletişim araçlarından internet bağlamında hızlı bir gelişim gösteren sosyal medya araçlarının/uygulamalarının/platformlarının kullanımında Türkçede meydana gelen yabancılaşma, yozlaşma, kirlenme, yazım yanlışları, kaba ve argo sözcük kullanımı, yabancı sözcük ve karakter kullanımı gibi olumsuz durumları asgari seviyeye düşürmek için Türkçenin kullanımına millî hassasiyetle yaklaşılmalıdır.
- Sosyal medya platformlarında millî hassasiyet oluşturmak için eğitici ve öğretici programlar, videolar, etkinlikler, kamu spotları vb. birtakım faaliyetler gerçekleştirilebilir.
- Gerek Türkçe derslerinde gerek Türk Dili ve Edebiyatı derslerinde teknoloji kaynaklı Türkçenin güncel sorunlarına yönelik amaçlar doğrultusunda derslerin işlenişinde görsel birtakım örnekler aracılığıyla yaparak yaşayarak öğrenme odaklı bir anlayışla öğrencilerin bilinçlendirilmeleri sağlanabilir.
- Bilim, sanat, edebiyat, siyaset ve kültür alanında önemli sayılan şahsiyetlerin sosyal medyadaki Türkçe kullanımına dikkat ederek rol model olmaları, Türkçenin doğru, güzel ve etkili kullanımına katkı sağlayabilir.
- Yakın zamanda yürürlüğe girmesi beklenen “sosyal medya yasası” kapsamında Türkçenin doğru kullanımı ile ilgili olarak birtakım yasal düzenlemeler getirilebilir.
- Türkçe ve Türk Dili ve Edebiyatı öğretmenleri başta olmak üzere diğer branş öğretmenlerinin “sosyal medyada Türkçenin doğru kullanımı” konusunda hizmet içi eğitimden geçirilmeleri sağlanabilir.
- Öğretmen adaylarının görüşlerinde de belirttikleri üzere özellikle sosyal medyada etkili ve doğru Türkçeyi kullanmaya teşvik eden, yapılan yazım yanlışlarına yönelik birtakım yazılımlar, programlar veya uygulamalar geliştirilebilir.

Kaynakça

- Ayrancı, D., Çulha, E., Elibol, B. ve Arslan, M. (2015). *Sosyal paylaşım sitelerinin Türkçe dil becerilerinin gelişimine etkisi*. Arslan, M., Demir, V., Efil, K. (Yay. Haz.) Öğrenci Sempozyumu. s.34-37. Samsun Canik Başarı Üniversitesi.
- Akbaş Coşar, H. ve Gedik, H. (2021). Öğretmen adaylarının sosyal medya bağımlılığı ve akademik erteleme davranışları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Bayterek*

- Uluslararası Akademik Araştırmalar Dergisi*, 4(1), 32-65. doi:10.48174/buaad.932899
- Akbıyık, C., Karadüz, A., ve Seferoğlu, S., S. (2013). Öğrencilerin internet ortamında kullandıkları yazılı sohbet dili üzerine bir araştırma. *Bilig*, 64, 1-22.
- Akpınar, M. ve Genç, İ. (2017). Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının kültür kavramına ilişkin görüşleri. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 25(1), 249-268.
- Aksan, D. (1995). *Her yönüyle dil ana çizgileriyle dilbilim*. Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları
- Aktan, E. (2018). Sosyal medyanın turizm pazarlamasındaki rolünün değerlendirilmesi. *Journal of Gastronomy Studies*, 6(3), 228-248.
- Aktaş, Ş. ve Gündüz, O. (2011). *Yazılı ve sözlü anlatım (okuma- dinleme konuşma-yazma)*. Ankara: Akçağ Yayınları
- Aktaş, E. ve Şentürk, L. (2014). *Sosyal medyada Türkçenin kullanımı üzerine nitel bir araştırma. Türkçe eğitiminde kuramsal ve uygulamalı çalışmalar*. Ankara: Pegem Akademi Yayınları.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Yıldırım, E. ve Bayraktaroğlu, S. (2001). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. Sakarya: Sakarya Kitabevi
- Ata, R. ve Yıldırım, K. (2016). Öğretmen adaylarının medya okuryazarlığı dersi kapsamında internet ve sosyal medya kullanımları. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 17(2), 581-602. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/en/pub/kefad/issue/59426/853605>
- Bahar, A. (2018). Bilişim suçları, iletişim ve sosyal medya. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, 10(3), 1-36. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/iaud/issue/38557/447328>
- Baş, K. ve Diktaş, A. (2020). Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının sosyal medya bağımlılığı. *Inonu University Journal of the Faculty of Education (INUJFE)*, 21(1), 193-207 DOI: 10.17679/inuefd.563544
- Bulut, M. & Kırbaş, A. (2019). Turkish teacher candidates' views on the mass communication and Turkish course in the context of social media use. *International Education Studies*, 12(4), p.128-155. doi:10.5539/ies.v12n4p128
- Coşgun, M. (2012). Popüler kültür ve tüketim toplumu. *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, 1(1), 837-850.
- Creswell, J. W. (1998). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five traditions*. California: Sage Publications.
- Çakır, M. (2020). Televizyon dizilerinin, kültür erozyonu ve popüler kültür kavramlarına etkisi. *Kaçkar Sosyal Bilimler Dergisi*. 1(1), 27-37.
- Çalışkan, M. ve Mencik, Y. (2015). Değişen dünyanın yeni yüzü: sosyal medya. *Akademik Bakış Dergisi*, (50), 254-277.

- Çiğdem, A. P. (2005). Popüler kültür ve popüler tiyatro. *Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat Dergisi*, 0(8), 47-62.
- Duran, E. ve Bayar, A. (2020). Öğretmenlerin sosyal medya kullanımına ilişkin görüşleri. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(4), 425-447.
- Ekiz, D. (2003). *Eğitimde araştırma yöntem ve metotlarına giriş*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Ergin, M. (2000). *Üniversiteler için Türk dili*. Bayrak Basın Yayım Dağıtım.
- Göçer, A. (2012). Dil-kültür ilişkisi ve etkileşimi üzerine. *Türk Dili*, 729, 50-57.
- Gökçe, O. (2006). *İçerik analizi: Kuramsal ve pratik bilgiler*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Günay, V. D. (1995). Roman çözümlemesine toplumdilbilimsel bir yaklaşım. *Dil Dergisi/Language Journal*, 35, 5-24.
- Güllüoğlu, Ö. (2012). Bir kitle iletişim aracı olarak televizyonun popüler kültür ürünlerini benimsetme ve yayma işlevi üzerine bir değerlendirme. *Global Media Journal: Turkish Edition*, 2(4), 64-86.
- Günindi-Ersöz, A. (2002). Popüler kültür ürünlerinden müzik videolarının gençler üzerindeki olumsuz etkileri. *Aile ve Toplum*, 2(5), 61- 68.
- Hithit, M. (2020). Teknolojinin gideri: Sanalizasyon! Sanal dil ve yansımaları. *AHBV Edebiyat Fakültesi Dergisi*, (2), 57-73.
- İçli, G. (2001). Küreselleşme ve kültür. *Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimleri Dergisi* 25(2), 163-172.
- Kantemir, E. (1995). *Yazılı ve sözlü anlatım*. Ankara: Engin Yayınevi.
- Kanter, B., Eker, Ü., Eker, S., Alkayış, M. F. ve Özer, H. (2013). *Türk dili sözlü ve yazılı anlatım el kitabı*.(Ed. Durmuş, M.). Ankara: Grafiker Yayınları.
- Karakuş, İ. (2006). *Atatürk dönemi eğitim sisteminde Türkçe öğretimi*. (3. baskı), Ankara: Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu Yayınları.
- Kaya, K. ve Tuna, M. (2010). Popüler kültürün ilköğretim çağındaki çocukların aile içi ilişkileri üzerindeki etkisi. *SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21, 237-256.
- Karaduman, N. (2017). Popüler kültürün oluşmasında ve aktarılmasında sosyal medyanın rolü. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 31(43),7-27.
- Karahisar, T. (2013). Dijital nesil, dijital iletişim ve dijitalleşen (!) Türkçe. *AJIT-e: O Journal of Information Technology*, 4(12), 71-83. DOI: 10.5824/1309-1581.2013.3.006.
- Karslı, Ö. (2016). Ernst Cassirer’de kültürün anlamı. *JOMELIPS(Journal of Management Economics Literature Islamic and Political Sciences)*, 1(2), 38-59.

- Kırnık, D., Pepeler, E. ve Özbek, R. (2018). Öğretmen adaylarının sosyal medya kullanımına ilişkin tutumları: Malatya il örneği. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(1), 25-45.
- Konuk, N. ve Güntaş, S. (2019). Sosyal medya kullanımı eğitimi ve bir eğitim aracı olarak sosyal medya. *International Journal Entrepreneurship and Management Inquiries*, 3(4), 1-25.
- Korkmaz, Z. (2010). *Dil nedir?*. (Z. Korkmaz, A. B. Ercilasun, T. Gülensoy, İ. Parlatur, H. Zülfikar, N. Birinci) Türk dili kompozisyon içinde (s. 1-26). Bursa: Ekin Basın Yayın Dağıtım.
- Melanlıoğlu, D. (2008). Kültür aktarımı açısından Türkçe öğretim programları. *Eğitim ve Bilim*. 33(150), 64-73.
- Merriam, S. (1998). *Qualitative research and case study applications in education. Revised and expanded from case study research in education*. USA: JB Printing.
- Miles, M. B. ve Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis*. CA: Sage Publications.
- Oğuz, B. B. (2012). Sosyal medya dilinin görüntüsel gösterge boyutu ve bunun dile etkisi. *Turkish Studies*, 7(4), 1157- 1166.
- Oğuz, S. ve Sözcü, U. (2016). Sosyal bilgiler öğretmen adaylarına göre sosyal medya kullanımının değerler üzerine etkisi. *Turkish Studies (Elektronik)*, 11(9), 617-634. DOI Number: <http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.9562>
- Onuk, Ö. (2007). *Türkiye’de müzik ve dil ekseninde kültürel yozlaşma*. 38. ICANAS (Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi), Müzik Kültürü ve Eğitimi, II. Cilt. Ankara: Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu.
- Özkan, H. H. (2006). Popüler kültür ve eğitim. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 14(1), 29-38.
- Sakallı, E. (2014). Türkçe popüler kültür. *Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim Dergisi*, 3(2), 307-317.
- Salman Yıkılmış, M. (2020). Nitel araştırmalarda e-görüşme tekniği. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(1), 183-197. DOI: 10.26468/trakyasobed.556296
- Sayılı, A. (2001). *Bilim kültür ve öğretim dili olarak Türkçe*. (3. baskı), Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi.
- Şencan, H. (2005). *Sosyal ve davranışsal ölçümlerde güvenilirlik ve geçerlilik*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Tanrıkulu, B. ve Karagöl, A. (2021) Müzede sanal gerçeklik uygulamaları: bir örnek atfı çalışma olarak kaplumbağa terbiyecisi. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 5(2), 95-111.
- TDK (2019). *Türkçe sözlük*. (11. Baskı), Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Tonta, Y. (2009). Dijital yerliler, sosyal ağlar ve kütüphanelerin geleceği. *Türk Kütüphaneciliği*, 23(4), 742-768.

- Türe, H. , Deveci, H. ve Gezer, U. (2020). Akıllı telefonların sosyal bilgiler öğretiminde kullanımı: öğretmen adaylarının görüşleri ve deneyimleri. *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 33(2) , 293-325. DOI: 10.19171/uefad.631820
- Ünalın, Ş. (2014). *Dil ve kültür*. (6. baskı). Ankara: Nobel Yayınları.
- Ünlü, İ. (2012). İlköğretim 8. sınıf öğrencilerinin kültür algılarının incelenmesi. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 13(1), 77-92.
- Vargelen, H. (2012). Bilim dili olarak Türkçe. *Gazi Üniversitesi Türkçe Araştırmaları Akademik Öğrenci Dergisi*, 2(2), 88-94.
- Vural, Z. B. A. ve Bat, M. (2010). Yeni bir iletişim ortamı olarak sosyal medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine yönelik bir araştırma. *Journal of Yaşar University*, 20(5), 3348-3382.
- Yegin, Ş. (2020). Popüler kültürün isim belirlemeye etkisi. *Akademi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(19), 110-126 DOI: 10.34189/asbd.7.19.008
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. (9. baskı), Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Ek 1: Etik Kurul Kararı

T.C.
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER ETİK KURULU
Eğitim Bilimleri Birim Etik Kurulu Karar Formu

KARAR BİLGİLERİ	Toplantı Sayısı: 06 Karar No: 27	Toplantı Tarihi: 18.06.2021
	Aşağıda bilgileri verilen çalışma ile ilgili çalışmanın, etik ilkeler açısından değerlendirilmesi isteği ile ilgili husus görüşüldü. Yapılan görüşmelerden sonra; söz konusu çalışma ile ilgili yapılacak, araştırmanın gerekece, amaç, yaklaşım ve yöntemleri dikkate alınarak konuyla ilgili çalışmanın gerçekleştirilmesinde etik ve bilimsel yönden sakınca bulunmadığına, Etik Kurulu oy birliği ile karar vermiştir.	
ÇALIŞMA BİLGİLERİ	Proje Yürütücüsü: Doç.Dr. Mesut BULUT Doç.Dr. Abdulkadir KIRBAŞ Çalışma Konusu Sosyal Medya Kullanımı Bağlamında Popüler Kültürün Türkçeye Etkilerine İlişkin Türkçe ve Türk Dili ve Edebiyatı Öğretmeni Adaylarının Görüşleri	

EĞİTİM BİLİMLERİ BİRİM ETİK KURULU		İMZA
Prof. Dr. Muhsine BÖREKÇİ	Etik Kurul Başkanı	
Prof.Dr. Yavuz TAŞKESENLİGİL	Etik Kurul Başkan Yardımcısı	
Prof. Dr. Betül ASLAN	Etik Kurul Üyesi	
Prof.Dr. Mücahit DİLEKME	Etik Kurul Üyesi	
Prof.Dr. Barış DEMİRCİ	Etik Kurul Raportörü	