






Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Popüler Kültür Kavramına İlişkin Bilişsel Yapıları

Cognitive Structures of Social Studies Teacher Candidates on the Concept of Popular Culture

Sayfa | 196

Murat Bayram YILAR , Doç. Dr., Ondokuz Mayıs Üniversitesi, bayram.yilar@omu.edu.tr

Pınar TAĞRIKULU , Dr., Ondokuz Mayıs Üniversitesi, pinar.tagrikulu@omu.edu.tr

Orhan ÜNAL , Arş. Gör., Ondokuz Mayıs Üniversitesi, orhanunal07@hotmail.com

Geliş tarihi - Received: 31 Ekim 2022
Kabul tarihi - Accepted: 9 Nisan 2023
Yayın tarihi - Published: 28 Haziran 2023



Batı Anadolu Eğitim Bilimleri Dergisi, (2023), 14 (1), 196-223.
Western Anatolia Journal of Educational Sciences, (2023), 14 (1), 196-223.
Araştırma Makalesi / Research Paper

Öz. Bu çalışmanın amacı, sosyal bilgiler öğretmen adaylarının “popüler kültür” kavramına yönelik bilişsel yapılarını kelime ilişkilendirme testi (KİT) aracılığıyla ortaya çıkarmaktır. Betimsel tarama yöntemine göre yürütülen araştırmanın çalışma grubunu, sosyal bilgiler öğretmen adayları oluşturmaktadır. Uygun örnekleme yöntemine göre belirlenen araştırma grubu toplam 180 öğretmen adayından oluşmaktadır. Veriler, araştırmacılar tarafından hazırlanan KİT aracılığıyla toplanmıştır. Verilerin analizinde betimsel analiz tekniği kullanılmıştır. Araştırmaya katılan sosyal bilgiler öğretmen adayları “popüler kültür” kavramı ile 280 farklı kelimeyi ilişkilendirmişler ve bu kelimeleri toplamda 1137 kez tekrar etmişlerdir. Araştırmada, katılımcıların popüler kültür kavramı ile en çok sosyal medya, moda, Tik-tok, Instagram, müzik ve tüketim çılgınlığı kelimelerini ilişkilendirdikleri tespit edilmiştir. İlişkilendirilen kelimelerin analizi sonucunda on beş farklı tema ortaya çıkarılmıştır. Araştırma sonucunda katılımcıların “popüler kültür” kavramının çok farklı yönlerine vurgu yaptıkları ve bu kavramı günlük yaşamla sıkça ilişkilendirdikleri belirlenmiştir. Ayrıca katılımcıların popüler kültüre yönelik bilişsel yapılarının daha çok olumsuz yönde olduğu anlaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kelime İlişkilendirme Testi, Popüler Kültür, Sosyal Bilgiler, Öğretmen Adayı.

Abstract. The aim of this study is to reveal the cognitive structures of social studies teacher candidates regarding the concept of "popular culture" through word association test (KIT). The study group of the research conducted according to the descriptive survey method consists of social studies teacher candidates. The research group, which was determined according to the convenient sampling method, consists of a total of 180 teacher candidates. The data were collected through the WAT prepared by the researchers. Descriptive analysis technique was used in the analysis of the data. Social studies teacher candidates participating in the research associated 280 different words with the concept of "popular culture" and repeated these words 1137 times in total. In the study, it was determined that the participants mostly associate the concept of popular culture with the words of social media, fashion, Tik-tok, Instagram, music and consumption frenzy. As a result of the analysis of the associated words, fifteen different themes were revealed. As a result of the research, it was determined that the participants emphasized very different aspects of the concept of "popular culture" and frequently associated this concept with daily life. In addition, it was understood that the cognitive structures of the participants towards popular culture were more negative.

Keywords: Word Association Test, Popular Culture, Social Studies, Teacher Candidate.



Extended Abstract

Introduction. In addition to being an important key concept in terms of understanding today's cultural form (Birekul, 2015), popular culture continues to influence everything we experience in our daily life, from music to entertainment, from religious life to science, from literature to sports (Kaya and Tuna 2010). By using social networking sites, the internet, visual and written media, popular culture, which affects many fields from music, fashion, food, to literature, affects individuals of all ages, classes and professions (Özgan et al., 2014). Popular culture, which gives people an identity and an image in society in terms of affecting individual preferences and admiration (Köse, 2014), offers people temporary happiness and makes them dependent on themselves for pleasure (Coşgun, 2012). While popular culture has a very useful aspect in people coming together, socializing and socializing, popular culture products presented by mass media can also have a completely destructive and devastating function (Özden & Barışeri, 2010). With the marketing of popular culture products and finding a consumption area, a uniformity in clothing, food, entertainment and music emerges in the society (Coşgun, 2012). It is possible to see the traces of popular culture even in these music and lyrics, where popular art is revealed and becomes a part of daily life (Birekul, 2015). On the other hand, in terms of appealing to a certain segment of the society, popular culture products have a negative impact on that segment. For example, some music videos target young people in terms of including aggression, violence and suicide in their messages, and negatively affect all life practices from young people's emotional relationships to consumption patterns (Günindi Ersöz, 2002). With the Social Studies course, it is aimed to protect the national culture and to raise awareness of popular culture in children. Therefore, the knowledge, perception and approaches of the teachers who are responsible for implementing the program on popular culture seem important. In gaining these qualifications, the importance of teacher education, especially in the undergraduate process, is known. From this point of view, in this study, it is aimed to reveal the cognitive perceptions of social studies teacher candidates towards the concept of "popular culture" through word association test (WAT).

Method. Since this study aimed to examine and interpret the cognitive structures of the participants regarding the concept of popular culture, the use of the descriptive survey method was deemed appropriate by the researchers. The study group of the research consists of 180 social studies teacher candidates who continue their education at a state university in the north of Turkey. The study group was determined according to the convenient sampling method. In this study, the Word Association Test (WAT) prepared by the researchers was used as a data collection tool. The WATs, which are used to reveal the cognitive structures and thought networks of the individuals regarding the determined concepts, are an alternative data collection tool that can be used to determine the misconceptions and the quality of the information networks. As the cognitive structures of social studies teacher candidates regarding the concept of "popular culture" were examined within the scope of this study, the use of WAT was deemed appropriate by the researchers. The concept of "popular culture" was written 10 times in a row for the pre-service teachers to answer in the WAT form. Necessary spaces were left in front of each statement so that the pre-service teachers could write their answers. The descriptive analysis method was used in the analysis of the data. The main purpose of this method is to present the data obtained from the participants by first arranging and



then interpreting. The breakpoint technique was used in the presentation of pre-service teachers' cognitive structures regarding the concept of popular culture (Bahar, Johnstone, & Sutcliffe, 1999).

Results. Social studies teacher candidates associated a total of 280 different words with the concept of popular culture. These words are repeated 1137 times in total. Considering the number of repetitions of the associated words, the theme of media and press (f=214; 18.8%) stood out as the theme with the highest number of words. According to the number of word repetitions, the theme of media and press was followed by the theme of culture and currents of thought (f=148; 13%) and the theme of social life-lifestyle (f=121; 10.6%). The themes in which the least number of words are repeated are goods and object (f=14; 1.2%), other (f=34; 3%) and behavior (f=39; 3.4%). When the distribution of the associated words according to the themes is examined, the theme of media and press (f=29; 10.4%), the theme of social life-lifestyle (f=29; 10.4%), and the theme of culture and thought movements (f=27; 9%), 6) are the themes with which the most words are associated. Therefore, it can be said that there is a harmony between the themes that are associated with the most words and the themes that repeat the most words. The themes in which the least number of words are repeated are TV series, Film and Cinema (f=8; 2.9%), goods and object theme (f=10; 3.6%), and behavior (f=14; 5%). Although the theme of the series and the movie was not among the themes in which the least number of words were repeated, it was the theme associated with the least number of words. Therefore, under this theme, although few words are associated with popular culture in terms of diversity, it can be understood that these words are repeated a lot.

When the words that teacher candidates associate with the concept of popular culture in general, it is seen that the themes of media and press, culture and thought movements and social life-life style come to the fore. 29 different words 214 times in the theme of media and press; 27 words 148 times on the theme of culture and currents of thought; 29 words were repeated 121 times in the theme of social life-lifestyle. According to the frequency of repetition of the associated words, these themes are respectively; music, dance and entertainment; fashion-dress-clothing-style-style-goods; technology; time and space; economic life; art and literature; series, movies and cinema; negative impact/characteristic; eating and drinking culture; show behavior; other; goods and object themes followed. Among all themes, the theme with which the most words were associated by the participants was media and press.

Discussion and Conclusion. According to the results of this study, pre-service social studies teachers did not only express words about what popular culture is, but also strongly emphasized various features of popular culture such as its reasons, positive and negative consequences, and all kinds of spreading tools of popular culture. When the words associated with popular culture in teacher candidates are examined in general, it is understood that although they describe this concept as both positive and negative, they perceive it more negatively.



Giriş

Maddi ve manevi olmak üzere ikiye ayrılan kültür, en genel anlamıyla insanoğlunun elinden çıkan her şey olarak tanımlanmaktadır. Oldukça kapsamlı bir anlama sahip olan kültürün içinde barındırdığı unsurlar insanlığın serüveni devam ettikçe değişime uğramaktadır. Özellikle 18. ve 19. yüzyıllarda Sanayi Devrimi ile insan gücünün yerini makine gücüne bırakması, üretim ve tüketim anlayışının değişmesi, kentleşme ve benzer olaylar bir yandan kültürün değişimini hızlandırırken öbür yandan da çeşitlenmesine neden olmuştur. Böylece popüler kültür, folk türü, alt kültür ve üst kültür gibi farklı kültür anlayışları ortaya çıkmıştır (Algül, 2019). Özellikle bu araştırmanın da konusunu oluşturan popüler kültürün temeli ise ilk uygarlıklara kadar gitmekle birlikte dünyanın seyrini değiştiren Sanayi Devrimi sonrasında kapitalist anlayışın da büyük etkisiyle en yaygın kültür durumuna gelmiştir.

Esasen sanayi toplumları ortaya çıkmadan önce temelde yüksek kültür, yerel/folk kültür olmak üzere iki farklı kültür mevcutken, Sanayi Devrimi sonucu sanayicilerin hükmettiği, kentlere yeni gelmiş yığınların (proletarya) oluşturduğu bir kültür olan popüler kültür oluşmuştur. Kültür kuramcıları tarafından popüler kültürle ilgili gerek olumlu gerekse olumsuz anlamda farklı tanımlamalar yapılmaktadır. Ancak popüler kültür kavramı üzerine birçok çalışma yapılmış olmasına rağmen, yaklaşım farklılıkları sebebiyle bu kültürün ortak kabul gören bir tanımına ulaşılamamıştır (Kanburoğlu, 2011). Kültür endüstrisi açısından düşünüldüğünde popüler kültür kavramının metinsel anlamları, söylem ve ideolojiler ile kültürel metaların verdiği hazlar gibi birçok perspektiften ele alınabilir olması ortak bir tanım yapılmasını güçleştirmektedir (Rowe, 1996, s.20).

Popüler sözcüğü birden çok anlamı barındırmakla birlikte, halk, halka ait, avama ait, yaygın, gözde, revaçta ve rağbette olan, herkesin sevdiği, tanıdığı, herkes tarafından anlaşılabilir gibi anlamlarda kullanılmaktadır (Beşevli Solmaz, 2009). Popüler kültür ise popularis kelimesinin değişime uğraması ve ek kelimeler ile bir kavram haline gelip şekillenmesi ile başlamış olan, çeşitli yapılanmalar içeren bir kavramdır (Aydar, 2014). Popüler kültür, halk tarafından seçilen, halka ait olan (Özgan, Arslan ve Kara, 2014), 20. yüzyıl boyunca tartışılan, içerik açısından kültürü; ideolojik, sosyal, ekonomik, siyasal, tüketim, üretim ve mülkiyet ilişkilerini kapsayan (Solmaz ve Aydın, 2012) belli bir dönem içerisinde toplumca sahiplenilen ve beğenilen öğeler bütünü olarak değerlendirilmektedir. Daha basit bir tanım yapılacak olursa popüler kültür, geniş bir nüfusun benimsediği ve paylaştığı inançlar, yaşam pratikleri ve normların örgütlenmesidir (Schudson, 1999, s.169).

Batı'da modernleşme ve sanayileşmeyle birlikte kentin kültürü olarak ortaya çıkan ve "gündelik hayatın kültürü" olarak kabul edilen popüler kültür (Güllüoğlu, 2012) belli bir yaşam tarzının ideolojik açıdan yeniden üretilmesinin ön şartlarını sağlamakta, bu yönüyle de gündelik ideolojinin onaylanma ve yaygınlaşma ortamını da yaratmaktadır (Günindi Ersöz, 2002). Popüler kültür kavramının hayatın içinde yer almasının, gelişmesinin ve çeşitlenmesinin temel nedenleri arasında bilimsel ve teknolojik gelişmeler ile kentleşme yer almaktadır (Algül, 2019). Popüler kültür alanında yapılan bilimsel çalışmalar ise özellikle Batı Avrupa toplumlarında ve Amerika'da 1950'lerden sonra büyük bir ilgi görmeye başlamıştır. Türkiye'de ise popüler kültür ile ilgili bilimsel çalışmalara 1990'lardan sonra yer vermeye başlanmış ve bu alan günümüzün gözde çalışma



Batı Anadolu Eğitim Bilimleri Dergisi, (2023), 14 (1), 196-223.
Western Anatolia Journal of Educational Sciences, (2023), 14 (1), 196-223.
Araştırma Makalesi / Research Paper

alanlarından olmuştur (Özkan, 2006). Ülkemizde 1990'lı yıllarda özel televizyon kanallarının yaygınlaşması ile kültürel alanda yaşanan değişimler hızlanmış ve böylece popüler kültür tartışmaları artmaya başlamıştır (Şahin, Poyraz, Öktem ve Şimşek, 2003). Bu durumu etkileyen en önemli faktörlerden biri Türkiye'de 1990'lardan itibaren özel-ticari televizyon ve radyo yayıncılığında sanat, kültür ve fikir programlarının azlığına karşın çok sayıda talk show, paparazzi, televole türü programların, eğlence, moda içerikli spor ve magazin programlarının ortaya çıkması ve bu yayınlara kitlelerin yoğun bir ilgi göstermesi olmuştur (Zorlu, 2016). Özellikle internet kullanımının yaygınlaşmasından önce televizyonun popüler kültür ürünlerini izleyicinin düş dünyasına sokarak, kaçış ve doyum hissi yaratması, bireyin benliğini beslemesi, egosunu tatmin etmesi, kitle iletişim araçları içinde popüler kültürü en etkin ve hızlı sunan araç olarak televizyonu farklı bir konuma taşımıştır (Güllüoğlu, 2012). Çoğunluğun beğenisi gözetilerek üretildiği ve üretim aşamasında da toplumsal etki yaratmanın önemszenmesi gayesi, toplumun her kesimine ulaşılmasını da kolay bir hale getirmektedir (Baydar, 2013). Aslında televizyon ile birlikte tüm kitle iletişim araçlarının sunmuş olduğu modern yaşam tarzı, toplumsal yaşamın vazgeçilmezi haline gelmiş ve bu araçlar en ücra yerlere dahi ulaşarak popüler kültüre ait tüm unsurları günlük hayatımıza taşımıştır (Özden ve Barışeri, 2010). Doğrusu kitle iletişim araçları aracılığı ile toplumun ortak beğenisi olarak adlandırılan popüler kültürün oluştuğu ve şekillendiği söylenebilir (Baydar, 2013). Popüler kültürü yayan ve besleyen araçlar olan kitle iletişim araçları, bu kadar yaygınlaşmadan ve hayatımıza egemen olmadan önce yerleşik kültürlere daha çok sahip çıkılmaktaydı. Ancak insanlar yerleşik kültür motiflerini zamanla kitle iletişim araçlarının yönlendirdiği zevklere terk etmeye başladılar (Güllüoğlu, 2012). Günümüzde medya, özellikle televizyon aracılığı ile yayınlarda popüler kültürü kullanıp desteklemekte, popüler olmayan ürün ve etkinlikleri ise daha çok izletmek, tükettirmek için popülerleştirip kitlelere sunarak sürekliliğini sağlamaktadır. Bu, aynı zamanda, popüler kültür ürünleri ile televizyon arasında birbirini destekleyen karşılıklı besleyici bir yapının olduğunu göstermektedir (Zorlu, 2016). Toplum hayatına dair hangi yeri, anı, zamanı ve ifade şeklini aldığı fark etmeksizin, popüler kültürün içeriği üretim ve kültür endüstrisi tarafından belirlenmektedir (Özkan, 2006). Üretim ve kültür endüstrisi ise kitle iletişim araçlarına veya onları kontrol etme gücüne sahip olan egemen bir sınıf tarafından yönetilmektedir (Algül, 2019). Böylece medya, popüler kültürün geniş kitlelere aktarılıp oluşturulmasında önemli roller üstlenirken okuyucu, izleyici ve dinleyici kitlesi de kültür endüstrisinin kültürel, ideolojik ve ekonomik temelini öznesi konumuna gelmiştir (Karakoç, 2014).

Televizyonun bu yaygın etkisinden sonra 21. Yüzyılın başlarından itibaren sosyal medya ağları, medya araçları içinde en yaygın kullanılan ve popüler kültür ürünlerinin en fazla yayıldığı ve beslendiği ortamlar olmuşlardır (Karaduman, 2017). Örneğin bu ortamlarda son yıllarda bloglar oluşturulmaya başlanmıştır. O kadar ki blogger annelerin birbirleri ile bilgi ve deneyim paylaşmaları ile ideal anne olma çabaları annelik olgusuna yüklenen anlamı pekiştirmiş, popüler kültürün anneliği dahi içerikten ziyade biçimsel anlamda değişikliğe uğratmasına neden olmuştur (Burç, 2015). Sosyal medya hesaplarından ziyade medya kuruluşlarının da popüler kültür dayatmasının bireyler üzerinde zaman zaman olumsuz etkileri olabilmektedir. Medya kuruluşlarının ticari kuruluşlar olması ve reyting kaygısı gütmesi olumsuz etkiler yaratabilmekte, yetişkinler bu etkileri azaltabilirken çocuklar ve gençler bunu başarmakta zorlanmaktadır (Günindi Ersöz, 2002).

İnsanlar arasında toplumsal sınıf, eğitim düzeyi, estetik beğeni düzeyi, yaş, gereksinim, istek ve cinsiyet sınırlarını ortadan kaldırması yönüyle her kesime hitap eden popüler kültür (Özden ve



Barışeri, 2010) bu yönüyle toplumsal ölçekte neleri etkilemektedir? Popüler kültür bugünkü kültür formunun anlaşılması açısından önemli bir anahtar kavram olmasının yanında (Birekul, 2015), müzikten eğlenceye, dini hayattan bilime, edebiyattan spora kadar günlük hayatta yaşadığımız her şey üzerinde etkisini sürdürmektedir (Kaya ve Tuna 2010). Sosyal paylaşım sitelerini, interneti, görsel ve yazılı medyayı kullanarak, müziğe, moda, gıdaya, edebiyata kadar birçok alanı etkileyen popüler kültür, her yaş, sınıf ve meslek grubundan bireyi etkisi altına almaktadır (Özgan ve diğ., 2014). Bireysel tercihleri ve beğenileri etkilemesi yönüyle kişiye bir kimlik ve toplum içinde bir imaj kazandıran popüler kültür (Köse, 2014), insanlara geçici mutluluklar sunar, haz açısından kendine bağımlı kılar (Coşgun, 2012). Öyle ki bu etki kimi zaman çocuklara verilen isimlere kadar belirleyici olabilmektedir (Köse, 2014). İnsanların bir araya gelmesinde, sosyalleşmelerinde, kaynaşmalarında popüler kültürün oldukça yararlı bir yönü bulunurken, kitle iletişim araçları ile sunulan popüler kültür ürünlerinin tamamen yıkıcı ve sarsıcı yönde bir işlevi de olabilmektedir (Özden ve Barışeri, 2010). Popüler kültüre ait ürünlerin pazarlanması ve tüketim alanı bulması ile toplumda giyim kuşam, yiyecek, eğlence ve müzik konularında tek tipleşme ortaya çıkmaktadır (Coşgun, 2012). Popüler kültürün izlerini popüler sanatın açığa çıktığı ve gündelik hayatın bir parçası haline geldiği bu müzik ve şarkı sözlerinde dahi görmek mümkündür (Birekul, 2015). Diğer taraftan popüler kültür ürünlerinin toplumun belli bir kesimine hitap etmesi yönüyle o kesimi olumsuz etkilemesi de söz konusudur. Örneğin bazı müzik videoları, mesajlarında saldırganlık, şiddet, intihar gibi olgulara yer vermesi yönüyle gençleri hedef almakta ve gençlerin duygusal ilişkilerinden tüketim kalıplarına kadar tüm yaşam pratiklerini olumsuz etkilemektedir (Günindi Ersöz, 2002).

Görüldüğü üzere popüler kültürün etkisi kimi zaman olumlu kimi zaman da olumsuz olabilmektedir. Ancak bilinmesi gereken bir şey varsa o da popüler kültürün her dönem var olacağı, her dönemin “popülerinin” de birbirinden farklı olacağıdır. Bu durumda yapılması gereken hangi dönem olursa olsun popüler kültürün olumsuz etkilerini mümkün olduğunca azaltmak, olumlu etkilerini de yaygınlaştırmaya çalışmak olmalıdır. Popüler kültürün olumsuz anlamdaki dayatmalarının farkında olarak bu etkiyi bertaraf etmeye çalışmak yerinde bir yaklaşım olacaktır. Bu doğrultuda popüler kültürün olumlu anlamdaki etkilerini de iyi bir şekilde gözlemleyerek bu etkilerin hayatımızın içinde yer alması için çabalamak ve çalışmak gerekmektedir. Bu noktada önemli olan ise popüler kültürün ne olduğunu, bireylere ne kattığını, popüler kültür ürünlerinden nasıl faydalanılabileceğini bilmektir. Dolayısıyla popüler kültürü ve onu oluşturan etmenleri iyi tanımak, bilmek ve değerlendirmek gerekmektedir. Özellikle daha savunmasız bir pozisyonda olan çocuk ve gençlere bilinç kazandırma konusunda daha fazla çaba sarf edilmelidir. Bu hususta eğitimin gücünü kullanarak çocuk ve gençlerimize iyi bir eğitim vermek oldukça büyük önem arz etmektedir. Öğrencileri popüler kültür hakkında bilgilendirmek ve bilinçlendirmek noktasında okullar ve öğretmenler oldukça önemli roller üstlenmektedirler. Milli eğitim sistemi içerisinde özellikle milli kültürü yeni yetişen nesillere aktarma misyonunu üstlenen Sosyal Bilgiler dersinin bu konuda ön plana çıktığını vurgulamak gerekir.

Sosyal Bilgiler dersinin milli kültürün korunması ve geliştirilmesi noktasında ayrı bir yeri ve önemi vardır. Bunu, Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı’nda (SBDÖP) görmek mümkündür. Örneğin SBDÖP’nin özel amaçları arasında öğrencilerin “*Türk kültürünü ve tarihini oluşturan temel öge ve süreçleri kavrayarak millî bilincin oluşmasını sağlayan kültürel mirasın korunması ve geliştirilmesi gerektiğini kabul etmeleri*”ni sağlamak gibi bir hedef, kendine yer bulmuştur. Genel olarak bu amaç doğrultusunda ise söz konusu programda yedi öğrenme alanından biri “Kültür ve



Miras” başlığıyla oluşturulmuştur. Ayrıca SBDÖP’de, kültürel öğeleri içeren birçok kazanımın yanı sıra doğrudan popüler kültürü ele alan “S.B.6.7.4. Popüler kültürün, kültürümüz üzerindeki etkilerini sorgular.” kazanımına da 6. sınıf düzeyinde yer verilmiştir (Millî Eğitim Bakanlığı [MEB], 2018). Böylece Sosyal Bilgiler dersi ile millî kültürü korumak ve çocuklara popüler kültür konusunda farkındalık ve bilinç kazandırmak amaçlanmaktadır. Dolayısıyla burada programı uygulamakla yükümlü olan öğretmenlerin popüler kültüre ilişkin algı ve yaklaşımları ile bu konudaki bilgi birikimleri önemli görünmektedir. Popüler kültürle ilgili doğru bir algı geliştirmede, yeterli bilgi sahibi olmada ve bunun nasıl etkili bir şekilde öğretileceğini bilme yeterliliğini kazanmada ise özellikle lisans sürecinde alınan öğretmenlik eğitiminin ehemmiyeti bilinmektedir. Buradan hareketle bu çalışmada, Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarının, kelime ilişkilendirme testi (KİT) aracılığıyla “popüler kültür” kavramına yönelik bilişsel algılarını ortaya koymak amaçlanmıştır.

Hem ulusal hem de uluslararası literatür incelendiğinde popüler kültürü çok farklı açılardan konu alan ve öğretim elemanı, öğretmen, öğretmen adayı ve öğrenci gibi çok farklı gruplarla çalışan birçok araştırmaya rastlanmaktadır. Örneğin Dickie ve Shuker (2014) ilkökul öğretmenlerinin resmi müfredat içerisinde popüler kültüre yer verme konusundaki görüşlerini; Bilgin ve Güner (2017) ise ilkökul öğretmenlerinin popüler kültür ve popüler kültürün öğrenciler üzerindeki etkisine ilişkin görüşlerini incelemişlerdir. Aydın (2019) ortaokul görsel sanatlar öğretmenlerinin 7. sınıf kazanımlarını edindirmede popüler kültür öğelerine derslerinde yer verme durumlarını araştırırken; Erim ve Aydın (2020) ise görsel sanatlar öğretmenlerinin popüler kültür unsurlarıyla işledikleri derslere yönelik yaklaşımlarını belirlemeyi amaçlamışlardır. Karadağ, Kolaç ve Ulaş (2012), Türkçe öğretmeni adaylarının “kültür” ve “popüler kültür” kavramlarına ilişkin algılarını; Bulut ve Kırbas (2021) ise Türkçe ve Türk dili ve edebiyatı öğretmeni adaylarının sosyal medya kullanımı bağlamında popüler kültürün Türkçeye olan etkilerine ilişkin görüşlerini tespit etmeyi amaçlamışlardır. Özden ve Barışeri (2010) yaptığı araştırmada farklı fakültelerde okuyan üniversite öğrencilerinin popüler kültürden etkilenme düzeyleri ile popüler kültür ve popüler müzikle ilgili görüşlerini; Sevim ve Gülerüz (2012) öğretmen adaylarının popüler müziğe ilişkin tutumlarını; Gries, Sanders, Stroup ve Cai (2015) Amerikan popüler kültürünün Çinli üniversite öğrencilerinin Amerika hakkındaki görüşlerini nasıl şekillendirdiğini; Gökalp ve Gökalp (2018) popüler kültür ürünlerinin öğretmen adaylarının yaşamlarıyla ilişkisini; Sarıtunç (2018), popüler kültürün gençlerin değer algısına etkisini; İçen (2020), popüler kültürün sosyal bilgiler öğretmen adaylarına yansımalarını incelemişlerdir. Brochocka, Baynes ve Smith (2001) çocukların okul ve popüler kültür hakkındaki görüşlerini incelerken; Cheung (2001) lise öğrencilerinin İngilizce öğreniminde popüler kültürün teşvik edici bir etkisi olup olmadığını; Draper (2005) popüler kültür ve medyanın risk altındaki öğrenciler üzerindeki etkisini; Erişti (2010) ise ilköğretim öğrencilerinin resimlerinde popüler kültürün etkilerini araştırmıştır. Rets (2016), öğretim elemanlarının popüler kültürün İngilizce dil sınıfındaki rolüne ilişkin algılarını; Peacock ve diğ. (2018) ise öğretim üyelerinin derslerinde popüler kültürü kullanma durumları ile popüler kültürü kullanmaya yönelik tutum ve inançlarını araştırmıştır. Son olarak popüler kültür ile ilgili kuramsal bir makale kaleme alan Kirby (1976) çalışmasında, İngilizce sınıflarında başarıyı artırmak için popüler kültür unsuru olarak kahramanları ve farklı alanlarda başarı kazanmış önemli isimleri kullanarak ders işlemenin önemini anlatmıştır. Childs (2014) ise sosyal bilgiler eğitimcilerinin Amerikan toplumundaki ırksal klişeleri çözmek için popüler kültürü müfredatlarına nasıl entegre edebileceklerini anlatmaya çalışmıştır.



Görüldüğü gibi sosyal bilgiler alanıyla ilişkili olarak popüler kültürün ele alındığı çalışmalar sınırlıdır. Özellikle literatürde KİT aracılığıyla sosyal bilgiler öğretmen adaylarının “popüler kültür” algılarını ele alan başka bir çalışmaya ise rastlanmamıştır. Bu yönüyle araştırmanın özgün olduğu düşünülebilir. Öğretmenlerin bir konuya ilişkin duygu, düşünce ve yaklaşımları, öğrenciler üzerinde etkili olmaktadır. Bu nedenle öğretmen adaylarının popüler kültüre ilişkin algılarını yansıtan bilişsel yapılarının ortaya çıkarılması önemli görünmektedir. Ayrıca gelecekte öğretmenlik mesleğini bizzat icra edecek olan sosyal bilgiler öğretmen adaylarının küresel dünyada toplumları derinden etkileyen “popüler kültür” algı ve farkındalıkları hakkında ipucu sahibi olmanın, öğretmen eğitimi ve öğretmen yeterliklerini geliştirmekle mükellef olan eğitim fakülteleri ve Millî Eğitim Bakanlığı'nın ilgili birimlerine fikir vermesi açısından önemli olduğu düşünülebilir.

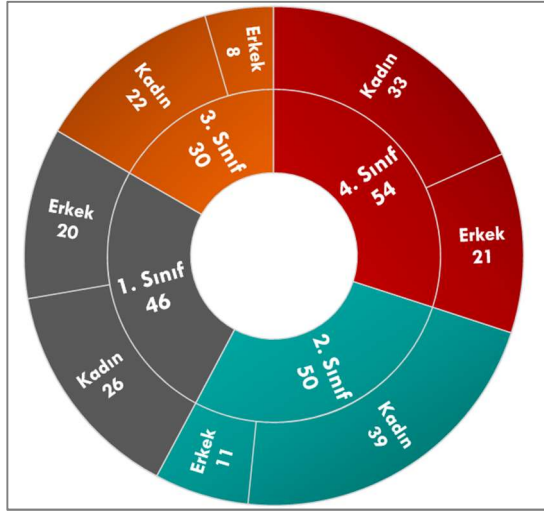
Yöntem

Araştırma modeli

Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının popüler kültür kavramına ilişkin bilişsel yapılarını incelemek amacıyla hazırlanan bu çalışmada betimsel tarama modeli kullanılmıştır. Tarama modeli, mevcut durumun olduğu şekliyle betimlenmesinde sıklıkla başvurulan bir modeldir. Diğer bir ifadeyle tarama modeli, geçmişte ya da halen mevcut olan bir durumu olduğu şekliyle betimlemeyi amaçlayan araştırma yaklaşımıdır. Bu yaklaşıma göre yürütülen çalışmalarda araştırmaya konu olan kişi, olay, olgu ya da durumlar kendi koşulları içinde ve herhangi bir müdahale yapmaksızın ele alınır (Karasar, 2015). Bu çalışmada, popüler kültür kavramına ilişkin öğretmen adaylarının mevcut bilişsel yapıları incelendiğinden tarama modeli tercih edilmiştir.

Çalışma grubu

Araştırmanın çalışma grubunu Türkiye'nin kuzeyinde bulunan bir devlet üniversitesinde öğrenimlerini sürdüren 180 sosyal bilgiler öğretmen adayı oluşturmaktadır. Çalışma grubu uygun örnekleme yöntemine göre belirlenmiştir. Öğretmen adaylarının cinsiyet ve sınıflarına ilişkin dağılım Şekil 1'de sunulmuştur.



Şekil 1. Çalışma gurubunun sınıf ve cinsiyet değişkenlerine göre dağılımı

Çalışma gurubunda yer alan toplam 180 öğretmen adayının %66,7'si (f=120) kadın, %33,3'ü (f=60) ise erkektir. Dolayısıyla çalışmaya katılan kadın öğretmen adaylarının erkeklere oranla daha fazla olduğu görülmektedir. Sınıflara göre dağılım incelendiğinde öğretmen adaylarının %25,6'sı (f=46) birinci sınıf, %27,8'i (f=50) ikinci sınıf, %16,7'si (f=30) üçüncü sınıf ve %30'u (f=54) dördüncü sınıf öğrencisidir. Üçüncü sınıf öğrencilerinin sayısı diğer sınıf düzeylerine göre nispeten düşük olsa da geriye kalan üç sınıf düzeyi arasında birbirine daha yakın bir dağılımın olduğunu söylemek mümkündür.

Veri toplama araçları ve verilerin toplanması

Bu çalışmada, veri toplama aracı olarak araştırmacılar tarafından hazırlanan Kelime İlişkilendirme Testi (KİT) kullanılmıştır. Kişilerin belirlenen kavramlara ilişkin bilişsel yapılarını, düşünce ağlarını ortaya koymada kullanılan KİT'ler aynı zamanda kavramlara ilişkin kavram yanılgılarını ve bilgi ağlarının niteliğini belirlemede yararlanılabilecek alternatif bir veri toplama aracıdır. Bu çalışma kapsamında "popüler kültür" kavramına ilişkin sosyal bilgiler öğretmen adaylarının bilişsel yapıları incelendiğinden KİT kullanılması araştırmacılar tarafından uygun görülmüştür.

KİT formunda öğretmen adaylarının yanıtlamaları için "popüler kültür" kavramı alt alta 10 defa yazılmıştır. Her ifadenin karşısına öğretmen adaylarının yanıtlarını yazabilmeleri için gerektiği kadar boşluk bırakılmıştır. KİT formlarında ifadelerin alt alta tekraren yazılmasındaki neden katılımcıların kendi yazdıkları cevaplardan hareketle zincirleme cevap yazmaları riskini engellemektir. Zira katılımcılara verilen kavramın bir defa yazılması durumunda cevap olarak yazdıkları kelimelerin çağrıştırdığı kelimeyi bir sonraki satıra yazma ihtimali ortaya çıkmaktadır (Demirkaya, Köç ve Ünal, 2020; Keskin ve Örgün, 2015). Öğretmen adaylarına dağıtılan KİT formu Şekil 2'de yer almaktadır.



Batı Anadolu Eğitim Bilimleri Dergisi, (2023), 14 (1), 196-223.
Western Anatolia Journal of Educational Sciences, (2023), 14 (1), 196-223.
Araştırma Makalesi / Research Paper

POPÜLER KÜLTÜR KAVRAMINA İLİŞKİN KELİME İLİŞKİLENDİRME TESTİ

Değerli öğrenciler, “Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Popüler Kültür Kavramına İlişkin Bilişsel Yapılarının İncelenmesi” başlıklı çalışmamız için sizlerin görüşlerine ihtiyaç duymaktayız. Aşağıda verilen “**popüler kültür**” kavramının karşısındaki boşluklara bu kavramın size çağrıştırdığı kelimeleri yazınız. Bu çalışmaya içtenlikle katılmanız çalışmanın objektif olmasını sağlayacaktır. Verdiğiniz cevaplar gizli tutulacak ve yapılacak çalışma dışında kullanılmayacaktır.

Sağlayacağınız katkılar için teşekkür ederiz.

Sınıf | **Cinsiyet**

1. Sınıf 2. Sınıf 3. Sınıf 4. Sınıf | Kadın Erkek

Popüler Kültür :	
Popüler Kültür :	
Popüler Kültür :	
Popüler Kültür :	
Popüler Kültür :	
Popüler Kültür :	
Popüler Kültür :	
Popüler Kültür :	
Popüler Kültür :	
Popüler Kültür :	

Şekil 2. Veri toplamada kullanılan “Kelime ilişkilendirme Testi” (KİT)

Verilerin toplanması sürecinde yapılan işlemler ise şu şekildedir. Öncelikle öğrenciler, KİT formunun nasıl doldurulacağı konusunda bilgilendirilmişlerdir. Kendilerine dağıtılacak olan formda yer alan kavrama ilişkin akıllarına gelen ya da kelimenin kendilerine çağrıştırdığı kelimeleri verilen iki dakikalık süre içinde formun ilgili kısımlarına yazmaları gerektiği anlatılmıştır. Devamında farklı bir kavram üzerinden uygulamanın nasıl olması gerektiği örneklendirilmiştir. Son olarak öğrencilere KİT formları dağıtılmış, öncelikle cinsiyet ve sınıf bilgilerini doldurmaları istenmiştir. Demografik bilgiler doldurulduktan sonra iki dakikalık süre başlatılmış ve iki dakikanın sonunda formlar öğretmen adaylarından tekrar geri toplanmıştır.

Verilerin analizi






Verilerin analizi sürecinde betimsel analiz yönteminden yararlanılmıştır. Bu yöntemde temel amaç, katılımcılardan elde edilen verilerin öncelikle düzenlenmesi ve sonrasında da yorumlanması suretiyle sunulmasıdır. Verilerin olabildiğince az değiştirilerek ve mümkün olduğunca doğrudan ifadelerle desteklenerek bir bütünlük içinde sunulması betimsel analizde önem taşımaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2018). Bu çalışmada öğretmen adaylarından toplanan veriler yani popüler kültür kavramı ile ilişkilendirilen kelimeler doğrudan öğretmen adaylarından elde edildiği şekilde aktarılmaya çalışılmıştır. Bu anlamda öncelikle formlardan elde edilen kelimeler tek tek frekans tablosuna aktarılmış, aktarılan kelimeler tekrar sıklıklarına göre sıralanmıştır. Ancak makale metninin ve şekillerin okunabilirliği ve anlaşılabilirliği açısından üç ve altında tekrar eden kelimeler metin içinde verilmemiş, ek olarak sunulmuştur (Bkz. Ek-1). Kelimelerin sıklıklarına göre sıralanmasının ardından



kelimeler araştırmacılar tarafından belirlenen temalara göre tasnif edilmiştir. Bu aşamada, araştırmacılar arasında görüş birliği sağlanmaya çalışılmış, görüş birliği sağlanamayan kelimeler için çoğunluğun kararı dikkate alınmıştır.

Öğretmen adaylarının popüler kültür kavramına ilişkin bilişsel yapılarının sunumunda kesme noktası tekniğinden yararlanılmıştır (Bahar, Johnstone ve Sutcliffe, 1999). Kesme noktası tekniğinde popüler kültür kelimesi ile en çok ilişkilendirilen kelimenin beş rakam altı ilk kesme noktası olarak belirlenmiştir. Ardından kesme noktası belirli aralıklarla aşağıya çekilerek dört ve üzerinde ilişkilendirilen bütün anahtar kelimeler kavram ağlarında belirinceye kadar işlem sürdürülmüştür. Bir kesme noktası aralığında yer alan kelime, katılımcıların o kelimeyi ait olduğu kesme noktası aralığında tekrar ettiği anlamına gelmektedir. Örneğin “müzik” kelimesi 19-28 kesme noktası aralığında yer almaktadır. Dolayısıyla buradan, katılımcıların müzik kelimesini en az 19 en fazla 28 defa tekrar ettiği anlaşılmalıdır. Bu çalışmanın kesme noktaları belirlenirken en çok tekrar edilen “sosyal medya” (54) kelimesinin beş rakam altı olan 49 sayısı ilk kesme noktası olarak belirlenmiştir. Bu kesme noktasına göre oluşturulan kesme noktası aralıkları ise KN 49 ve üstü, KN 39-48, KN 29-38, KN 19-28, KN 9-18 ve KN 4-8 şeklindedir. Kesme noktalarının belirlenmesinden sonra ilgili aralıklarda yer alan anahtar kavramlara ilişkin kelimeler ve bunların arasındaki ilişki şekillerle gösterilmiştir. Belirlenen her kesme noktası bir renk ile eşleştirilmiş ve kesme noktalarında yer alan ilgili kelimeler de bu renklerle aktarılmıştır. Kesme noktası aralıkları ve eşleştirildikleri renkler Tablo 1’de sunulmuştur.

Tablo 1.
Kesme noktası aralıkları ve eşleştirildikleri renkler

Kesme Noktası Aralığı	Eşleştirilen Renk	Kesme Noktası Aralığı	Eşleştirilen Renk
KN ≥49		KN 9-18	
KN 39-48		KN 4-8	
KN 19-28			

Geçerlik ve güvenilirlik

Nitel araştırmalarda geçerlilik, incelenen olgu ya da durumun olduğu şekliyle ve olabildiğince yansız bir yaklaşımla analiz edilerek okuyucuya sunulması ile sağlanabilir (Yıldırım ve Şimşek, 2018). Çalışmada geçerliliğin sağlanabilmesi amacıyla katılımcılardan elde edilen veriler üzerinde mümkün olduğunca az değişiklik yapılmasına özen gösterilmiştir. Bu anlamda elde edilen kelimeler öncelikle tekrar sıklıklarına göre sıralanmış ve ortak temalar altında toplanmıştır. Araştırmacıların verilere müdahalesi yalnızca araştırma kapsamında yer alamayan az sayıda kelimenin çıkarılması ve eş anlamlı olan bazı kelimelerin birleştirilmesi ile sınırlı kalmıştır. Araştırma sürecinin özellikle de veri toplama aracı ile verilerin toplanması ve analizi süreçleri dış geçerliliğin temini amacıyla açık ve detaylı şekilde aktarılmıştır. Güvenirlik noktasında ise veriler yani popüler kültür kavramı ile ilişkilendirilen kelimeler katılımcılardan elde edildiği şekliyle sunulmuştur. Temaların oluşturulmasında ve kelimelerin temalara göre dağılımında araştırmacılar arasında görüş birliği sağlanmaya çalışılmıştır. Görüş birliği



sağlanamayan noktalarda çoğunluğun görüşü kabul edilerek süreç yürütülmüştür. Bu noktada araştırmacılar arasında ortalama güvenilirlik %89 olarak hesaplanmıştır. Miles ve Huberman (1994)'a göre güvenilirliğin %80 ve üzerinde olması araştırma iç güvenilirliği için yeterlidir. Çalışma gurubunda yer alan katılımcılar, araştırmada kendilerinden elde edilecek verilerin yalnızca bilimsel amaçlar için kullanılacağı, kişisel bilgilerinin asla araştırma ekibinde yer alamayan farklı kişilerle paylaşılmayacağı ve çalışmaya katılımın gönüllülük esasına dayandığı noktalarında bilgilendirilmiştir. Bilgilendirmeden sonra formlara kendi görüşlerini yansıtan samimi cevaplar vermelerinin araştırmanın bilimsel gerçeği yansıtabilmesi açısından gerekli olduğu hatırlatılmıştır.

Etik konular

Yapılan bu çalışmada araştırma etiği ilkeleri gözetilmiş olup gerekli etik kurul izinleri alınmıştır. Etik kurul izni kapsamında;belge alınmıştır.

Bulgular

Bu başlık altında temalar ve temalara göre kelimelerin dağılımı frekans ve yüzdeleri ile birlikte verilmiş, devamında öğretmen adaylarının popüler kültür kavramı ile ilişkilendirdikleri kelimeler kesme noktası aralıkları dikkate alınarak şekillerle sunulmuştur.

Öğretmen adaylarının popüler kültür kavramı ile ilişkilendirdikleri kelimeler 15 tema altında toplanmıştır. Temalar ile temalar altında ilişkilendirilen kelimelerin sayısı ve tekrar edilme durumuna göre frekans ve yüzdelerine ilişkin bilgiler Tablo 2'de yer almaktadır.

Tablo 2.
Popüler kültür kavramı ile ilişkilerin temalara göre dağılımı

Temalar	Kelime Sayısı		Tekrar Sayısı	
	f	%	f	%
Medya ve Basın	29	10,4	214	18,8
Kültür ve Düşünce Akımları	27	9,6	148	13,0
Toplumsal Hayat-Yaşam Tarzı	29	10,4	121	10,6
Müzik, Dans ve Eğlence	20	7,1	104	9,1
Moda-Kıyafet-Giyim-Stil-Tarz-Eşya	21	7,5	96	8,4
Teknoloji	16	5,7	62	5,5
Zaman ve Mekân	19	6,8	62	5,5
Ekonomik Hayat	15	5,4	59	5,2
Sanat ve Edebiyat	15	5,4	52	4,6
Dizi, Film ve Sinema	8	2,9	51	4,5
Olumsuz Etki/Nitelik	25	8,9	41	3,6
Yeme-İçme Kültürü	15	5,4	40	3,5
Davranış Gösterme	14	5,0	39	3,4
Diğer	17	6,1	34	3,0
Eşya ve Nesne	10	3,6	14	1,2
Toplam	280	100	1137	100



Yukarıdaki tablo incelendiğinde sosyal bilgiler öğretmen adayları popüler kültür kavramı ile toplamda 280 farklı kelime ilişkilendirmişlerdir. Bu kelimeler toplamda 1137 defa tekrar edilmiştir. İlişkilendirilen kelimelerin tekrar sayıları dikkate alındığında medya ve basın teması (f=214; %18,8) en fazla kelimenin tekrar edildiği tema olarak öne çıkmıştır. Kelime tekrar sayılarına göre medya ve basın temasını, kültür ve düşünce akımları teması (f=148; %13) ile toplumsal hayat-yaşam tarzı teması (f=121; %10,6) takip etmiştir. En az kelimenin tekrar edildiği temalar ise eşya ve nesne teması (f=14; %1,2), diğer teması (f=34; %3) ve davranış gösterme temasıdır (f=39; %3,4). İlişkilendirilen kelimelerin temalara göre dağılımı incelendiğinde medya ve basın teması (f=29; %10,4), toplumsal hayat-yaşam tarzı teması (f=29; %10,4) ve kültür ve düşünce akımları teması (f=27; %9,6) en fazla kelimenin ilişkilendirildiği temalardır. Dolayısıyla en fazla kelime ilişkilendirilen ve en fazla kelime tekrar eden temalar arasında bir uyumun olduğu söylenebilir. En az kelimenin tekrar edildiği temalar ise Dizi, Film ve Sinema teması (f=8; %2,9), eşya ve nesne teması (f=10; %3,6) ve davranış gösterme temasıdır (f=14; %5). Dizi ve film teması en az kelimenin tekrar edildiği temalar arasında yer almamasına rağmen en az kelimenin ilişkilendirdiği tema olmuştur. Dolayısıyla bu tema altında popüler kültür ile çeşitlilik açısından az kelime ilişkilendirilmiş olsa da bu kelimelerin fazlaca tekrar edildiği anlaşılabilir.

Popüler kültür kavramı ile ilişkilendirilen kelimelerin temalara göre dağılımı ele alındıktan sonra kesme noktalarına göre oluşturulan şekillere yer vermek konunun anlaşılabilirliği, bütünlüğü ve derinleştirilmesi açısından katkı sağlayacaktır.

49 ve üstü sayıda tekrar eden kelimeler için oluşturulan kesme noktası aralığı Şekil 3'te sunulmuştur.



Şekil 3. Kesme noktası 49 ve üstü için oluşturulan kavram ağı

Çalışmaya katılan sosyal bilgiler öğretmen adaylarının popüler kültür kavramı ile en fazla ilişkilendirdikleri kelime sosyal medya (f=54) kelimesi olmuştur. Özellikle günümüzde genç ve çocuklar arasında sosyal medyanın oldukça yaygın hale gelmesi göz önünde bulundurulduğunda bu sonuç daha anlaşılabilir hale gelmektedir.

İkinci kesme noktası aralığı olan 39-48 arasında ilişkilendirilen kelimelere ilişkin dağılım Şekil 4'te yer almaktadır.



Şekil 4. Kesme noktası 39-48 arası için oluşturulan kavram ağı

Bu kesme noktası aralığında popüler kültür kavramı ile yalnızca moda (f=40) kelimesi ilişkilendirilmiştir. Modanın geçici olanı ifade eden bir kavram olmasından hareketle bu bulgu öğretmen adaylarından önemli bir kısmının popüler kültürü de geçici bir durum olarak değerlendirdikleri şeklinde yorumlanabilir.

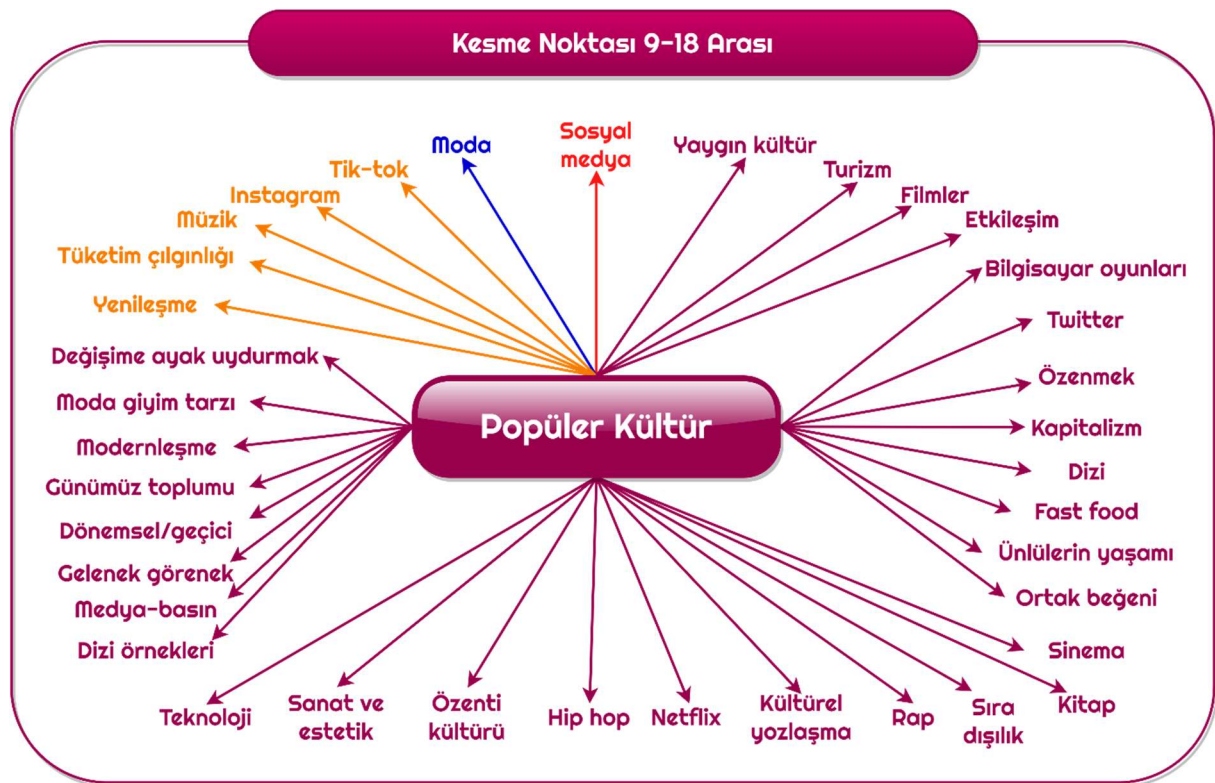
Popüler kültür kavramı ile 29-38 kesme noktası aralığında ilişkilendirilen herhangi bir kelime olmadığı için bu kesme noktası aralığı için şekil oluşturulmamıştır. 19-28 kesme noktası aralığında ilişkilendirilen kelimelerin durumu ise Şekil 5'te verilmiştir.



Şekil 5. Kesme noktası 19-28 arası için oluşturulan kavram ağı

Şekil 5'e göre popüler kültür kavramı ile 19-28 kesme noktası aralığında toplam beş kelime ilişkilendirilmiştir. *Tik-tok* (f=24), *Instagram* (f=22), *müzik* (f=22), *tüketim çılgınlığı* (f=19) ve *yenileşme* (f=19) kelimeleri öğretmen adayları tarafından bu aralıkta ilişkilendirilmiştir.

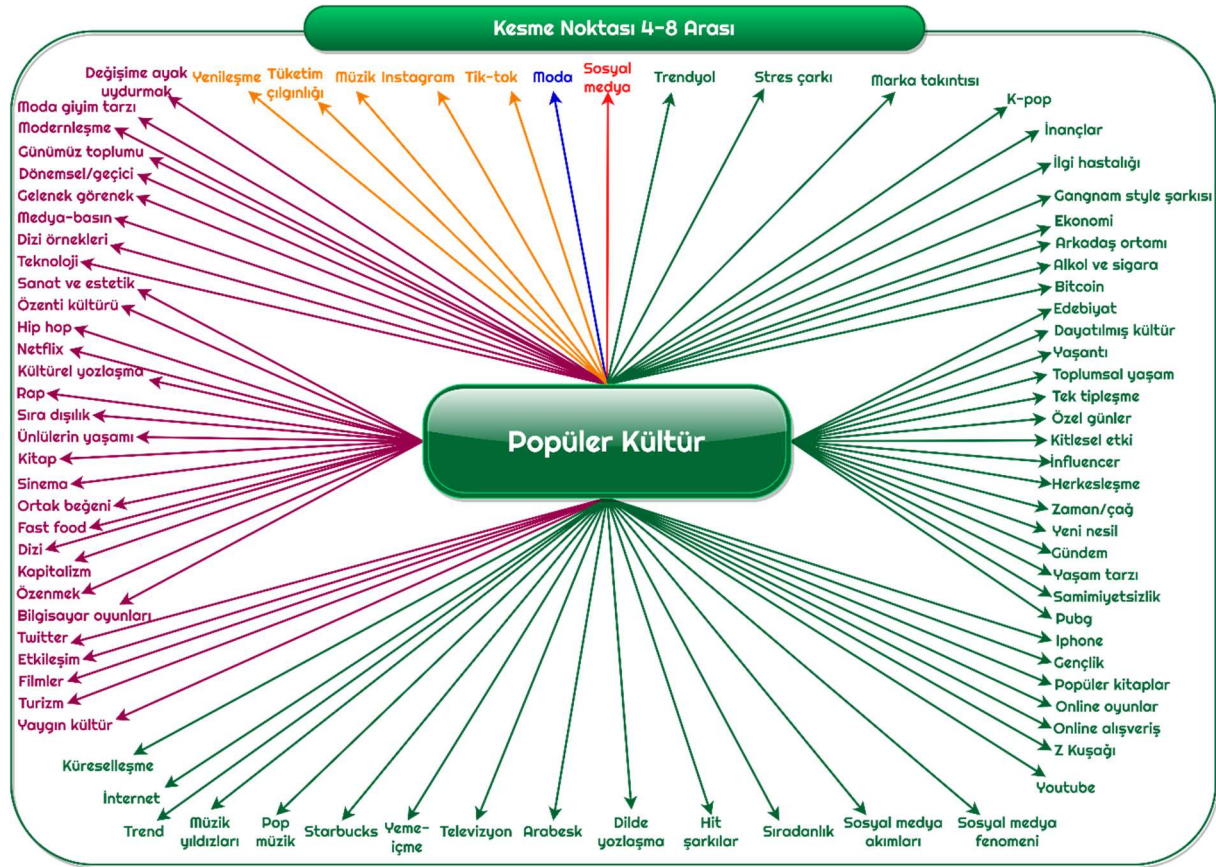
9-18 kesme noktası aralığında ilişkilendirilen kelimelerin dağılımı Şekil 6'da yer almaktadır.



Şekil 6. Kesme noktası 9-18 arası için oluşturulan kavram ağı

Şekil 6 incelendiğinde popüler kültür kavramı ile 9-18 kesme noktası aralığında ilişkilendirilen kelime sayısının 30 olduğu görülmektedir. Bu aralıkta ilişkilendirilen kelimeler şu şekildedir: *moda giyim tarzı*, *modernleşme*, *günümüz toplumu*, *dönemsel/geçici/kısa süreli*, *teknoloji*, *gelenek görenek*, *medya-basın*, *değişime ayak uydurmak*, *dizi örnekleri*, *sanat ve estetik*, *özenti kültürü*, *hip-hop*, *Netflix*, *rap*, *sıra dışılık*, *kitap*, *kültürel yozlaşma*, *sinema*, *ortak beğeni*, *ünlülerin yaşamı*, *fast food*, *dizi*, *kapitalizm*, *özenmek*, *Twitter*, *bilgisayar oyunları*, *etkileşim*, *filmler*, *turizm* ve *yaygın kültür*.

4-8 kesme notası aralığında popüler kültür kavramı ile ilişkilendirilen kelimelerin dağılımları şekil 7'de sunulmuştur.



Şekil 7. Kesme noktası 4-8 arası için oluşturulan kavram ağı

Öğretmen adayları 4-8 kesme noktası aralığında popüler kültür kavramı ile 47 farklı kelime ilişkilendirmişlerdir. Küreselleşme, internet, trend, müzik yıldızları, pop müzik, Starbucks, yeme-içme, televizyon, arabesk, dilde yozlaşma, hit şarkılar, sıradanlık, sosyal medya akımları, sosyal medya fenomeni, Youtube, z kuşağı, online alışveriş, online oyunlar, popüler kitaplar, gençlik, Iphone, Pubg, samimiyetsizlik, yaşam tarzı, gündem, yeni nesil, zaman/çağ, herkesleşme, İntfluencer, kitlesele etki, özel günler, tek tipleşme, toplumsal yaşam, yaşantı, dayatılmış kültür, edebiyat, bitcoin, alkol ve sigara kullanma, arkadaş ortamı, ekonomi, Gangnam style şarkısı, ilgili hastalığı, inançlar, k pop, marka takıntısı, stres çarkı ve Trendyol.

Görüldüğü gibi öğretmen adayları popüler kültür kavramı ile en fazla 54 (sosyal medya), en az 4 (dayatılmış kültür, edebiyat, bitcoin, alkol ve sigara kullanma, arkadaş ortamı, ekonomi, Gangnam style şarkısı, ilgili hastalığı, inançlar, k pop, marka takıntısı, stres çarkı ve Trendyol) defa tekrar eden 84 farklı kelimeyi ilişkilendirmişlerdir. Bu kelimeler incelendiğinde öğretmen adaylarının popüler kültürün farklı yönlerine vurgu yaptıkları anlaşılmaktadır.



Tartışma, Sonuç ve Öneriler

Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının popüler kültür kavramına ilişkin bilişsel yapılarını incelemeyi amaçlayan bu araştırmadan elde edilen bulgular ışığında ulaşılan sonuçlar ve sonuçların alanyazın ile karşılaştırılması ile ortaya çıkan durum şu şekilde ifade edilebilir:

Sayfa | 213

Öğretmen adaylarının popüler kültür kavramı ile ilişkilendirdikleri kelimeler genel olarak değerlendirildiğinde medya ve basın, kültür ve düşünce akımları ile toplumsal hayat-yaşam tarzı temalarının öne çıktığı görülmektedir. Medya ve basın temasında 29 farklı kelime 214 defa; kültür ve düşünce akımları temasında 27 kelime 148 defa; toplumsal hayat-yaşam tarzı temasında ise 29 kelime 121 defa tekrar edilmiştir. İlişkilendirilen kelimelerin tekrar sıklıklarına göre bu temaları sırasıyla; müzik, dans ve eğlence; moda-kıyafet-giyim-stil-tarz-eşya; teknoloji; zaman ve mekân; ekonomik hayat; sanat ve edebiyat; dizi, film ve sinema; olumsuz etki/nitelik; yeme-içme kültürü; davranış gösterme; diğer; eşya ve nesne temaları izlemiştir. Tüm temalar içerisinde katılımcılar tarafından en fazla kelimenin ilişkilendirildiği tema, medya ve basın teması olmuştur.

Medya ve basın teması altında popüler kültür kavramı ile en sık ilişkilendirilen kelimeler; sosyal medya (54), Tik-tok (24) ve Instagram (22) kelimeleri olmuştur. Görüldüğü gibi öğretmen adaylarının önemli bir kısmı popüler kültürü sosyal medya ve sosyal medya uygulamaları ile ilişkilendirmektedir. Sosyal medya kelimesi aynı zamanda araştırma genelinde yani diğer temalarda dahil olmak üzere popüler kültür kavramı ile en fazla ilişkilendirilen kelime olma özelliğini de taşımaktadır. Günümüzde sosyal medya araçlarının hemen hemen her yaşta insanı etkileme gücü düşünüldüğünde bu sonuçlar daha anlamlı hale gelmektedir. Özellikle son yıllarda Instagram ve tik-tok gibi sosyal medya uygulamalarının gençler başta olmak üzere insanların giyim, yeme-içme, eğlence gibi farklı alanlarda gündelik yaşamlarını ve alışkanlıklarını etkilediği bilinmektedir. Tüm bu ağlar sayesinde popüler kültür ürünleri insanların hayatında daha fazla yer kaplamakta ve bu ürünler daha hızlı ve kolay yayılmaktadır. Söz gelimi dünyanın herhangi bir bölgesinde yükselen bir akım veya bir popüler kültür ürünü, özellikle sosyal medya ağları sayesinde küresel izleyiciler tarafından anında haber alınmasına ve hızlıca tüketilmesine imkân tanımaktadır (Keskin, 2022).

Araştırma sonuçları genel olarak incelendiğinde katılımcıların 280 farklı kelimeyi popüler kültür kavramıyla ilişkilendirdikleri anlaşılmaktadır. İlişkilendirilen bu 280 farklı kelime ise toplamda 1137 defa tekrar edilmiştir. İlişkilendirilen kelimelerin tekrar sıklıklarına göre dağılımı yapıldığında beş kesme noktası aralığı belirlenmiştir. 49 ve üstü kesme noktasında 1, 39-48 kesme noktası aralığında 1, 19-28 kesme noktası aralığında 5, 9-18 kesme noktası aralığında 30, 4-8 kesme noktası aralığında ise 47 farklı kelime popüler kültür kavramı ile ilişkilendirilmiştir. Yukarıda da belirtildiği üzere popüler kültür kavramı ile en fazla ilişkilendirilen kelime sosyal medya kelimesi olmuştur. Bu kelimeyi moda (40) kelimesi takip etmiştir. Moda sıfatı, TDK tarafından “geçici olarak yeniliğe ve toplumsal beğeniye uygun olan” şeklinde tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu [TDK], 2022a). Dolayısıyla öğretmen adayları da popüler kültürün genel beğeniye uygun olsa da geçici olmasına vurgu yaparak önemli bir özelliğine işaret etmişlerdir. Sosyal medya ve moda kelimelerinden sonra popüler kültür kavramı ile en fazla ilişkilendirilen kelimeler; Tik-tok (24), Instagram (22), müzik (22), tüketim çılgınlığı (19), yenileşme (19), moda giyim tarzı (18), modernleşme (18), günümüz toplumu (17),



Batı Anadolu Eğitim Bilimleri Dergisi, (2023), 14 (1), 196-223.
Western Anatolia Journal of Educational Sciences, (2023), 14 (1), 196-223.
Araştırma Makalesi / Research Paper

dönemsel/geçici/kısa süreli (16), teknoloji (16), gelenek görenek (15) ve medya-basın (15) olmuştur. Literatür incelendiğinde popüler kültürle ilişkilendirilen tüm bu kelimeleri farklı araştırmaların sonuçlarında da görmek mümkündür. Örneğin Bulut ve Kırbaş'ın (2021) Türkçe ve Türk dili ve edebiyatı öğretmeni adaylarının sosyal medya kullanımı bağlamında popüler kültürün Türkçeye olan etkilerine ilişkin görüşlerini tespit etmeye çalıştıkları araştırmaların sonuçları popüler kültürün yaygınlaşmasında en fazla Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Tiktok, WhatsApp gibi sosyal medya uygulamalarının etkili olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Benzer şekilde Baş ve Diktaş'ın (2020, s.205) araştırmalarında öğretmen adaylarının en çok kullandıkları sosyal medya araçları Instagram, Facebook, Twitter ve Snapchat olurken; Türe, Devci ve Gezer'in (2020, s.301) araştırmalarında ise Facebook, WhatsApp, Snapchat, Instagram, Twitter ve Swarm ilk sıralarda yer almıştır. Popüler kültür ve moda ilişkisini destekleyen bulguya ise Bulut ve Kırbaş'ın (2021) çalışmasında rastlanmaktadır. Bu çalışmadaki öğretmen adaylarının %39,6'sı popüler kültürü belli bir dönemde moda olan şeyler için kullanmışlardır. Brochocka ve diğ. (2001) araştırmasında yapılan ayrıntılı yapılandırılmış görüşmeler sonucunda çocukların popüler kültürün tam olarak farkında oldukları ve moda ile popüler kültürü ilişkilendirdikleri tespit edilmiştir. Cheung'un (2001) araştırma sonuçlarına göre popüler kültür ürünü olarak televizyon, özel efektli filmler, uyarıcı müzikler, dedikodu dergileri, çizgi romanlar, bilgisayar oyunları ve internetin yanı sıra modanın da günümüz gençlerini etkilediği ve bunlara diğer yaş gruplarından daha fazla maruz kalındığı belirlenmiştir.

Bu araştırmanın sonuçları, sosyal bilgiler öğretmen adaylarının popüler kültür ile müziği ve müziğin hip hop, rap, pop, arabesk, k-pop ve rock gibi türlerini ilişkilendirdiklerini göstermiştir. Literatürde bu sonuçları destekleyen birçok araştırmaya rastlamak mümkündür. Örneğin Özden ve Barışeri (2010) farklı fakültelerde okuyan 15 üniversite öğrencisinin popüler kültürden etkilenme düzeyleri ile popüler kültür ve popüler müzikle ilgili görüşlerini belirlemek amacıyla nitel bir araştırma yapmıştır. Araştırma sonucunda popüler kültür ile popüler müzik arasındaki sıkı ilişki ortaya konulmuş ve öğrencilerin her ikisini de birer sosyalleşme aracı olarak gördükleri belirlenmiştir. Sevim ve Güler'ün (2012) öğretmen adaylarıyla yaptıkları çalışmanın sonucunda katılımcıların popüler müziğe yönelik tutumlarının yüksek düzeyde olduğunu saptamışlardır. Akkaya'nın (2008) üniversite öğrencileriyle yaptığı tez çalışmasında ise popüler kültür deyince akıllarına gelen ilk şeylerden birinin müzik olduğu görülmüştür. Erişti'nin (2010) ilköğretim öğrencilerinin resimlerinde ve resimlerine yönelik yazılı anlatımlarına dayalı sanatsal ifadelerinde popüler kültürün etkilerini araştırdığı araştırmasında öğrencilerin müzik temasına ilişkin çizimler de yaptıkları görülmüştür. Bu ve benzeri çalışmalarda görüldüğü gibi özellikle gençlerin popüler kültür deyince akıllarına ilk gelen kavramlardan birinin müzik olması doğaldır. Çünkü müzik, popüler kültürün başat unsuru ve aslında popüler kültürün ta kendisidir (Aydar, 2014). Özellikle şarkıları milyonlara duyuran müzik videoları çoğunlukla gençleri hedef kitle olarak almakta ve gençlerin tüketim kalıplarından, duygusal ilişkilerine kadar olan yaşam pratiklerini etkilemektedir (Günindi Ersöz, 2002). Öyle ki Takeda'nın (2020) yaptığı araştırmanın sonuçlarına göre Japon ve diğer Asyalı üniversite öğrencileri son yıllarda Kore Dalgasının (Hallyu Fenomeni) etkisi altında kalmakta, başka bir ifadeyle Kore popüler kültürünü özellikle müzikler, filmler, televizyon dizileri aracılığıyla tüketmektedirler. Bunun sonucunda da söz konusu öğrenciler için Güney Kore'ye karşı bir ilgi olmuş ve hatta bu ülkeye olan öğrenim hareketliliği bariz bir şekilde artmıştır. Tüm bunlar popüler kültür ürünü olarak müziğin özellikle gençleri etkileme gücünü göstermektedir. Nitekim Turner'a (1979) göre popüler kültürün belki de başka hiçbir unsuru, popüler müzik kadar evrensel olarak gençlik kültürünün bir parçası değildir. Ticari müziğin türü ne



olursa olsun öğrenciler, şarkıcılar ve müzisyenlerle özdeşleşir, onların şarkılarında ve yaşam tarzlarında ifade edilen değerlere hayran kalır ve onları çoğu zaman içselleştirirler.

Öğretmen adaylarının popüler kültür kavramı ile ilişkilendirdikleri kelimeler incelendiğinde önemli bir bölümünün literatürde popüler kültür kavramı üzerine yazılan yazılarla doğrudan ya da dolaylı olarak bağlantılı olduğu anlaşılmaktadır. Dolayısıyla öğretmen adaylarının ele alınan kavrama yönelik bilişsel yapılarının belli bir düzeyde olduğu söylenebilir. Ayrıca TDK popüler kültür kavramını “belli bir dönem için geçerli olan, hızlı üretilen ve hızlı tüketilen kültürel öğelerin bütünü” (TDK, 2022b) şeklinde tanımlamaktadır. Öğretmen adaylarının ilişkilendirdikleri tüketim çılgınlığı, dönemsel, geçici gibi kelimelerin birçoğu bu tanımda geçen özelliklere benzemektedir. Bu noktada öğretmen adaylarının ekonomi alanında hızlı tüketim çılgınlığının yanı sıra popüler kültür kavramıyla en çok kapitalizm, on-line alışveriş, Trendyol ve bitcoin gibi kelimeleri ilişkilendirdikleri tespit edilmiştir. Benzer şekilde İçen’in (2020) popüler kültürün sosyal bilgiler öğretmen adaylarına yansımalarını konu edinen araştırmasının sonucunda tespit edilen en önemli temalardan biri hızlı tüketim-hızlı değişim teması olmuştur. Katılımcılar, popüler kültürün bireyleri tüketime yönlendirdiğini ve bu yüzden daha çok bireyler üzerindeki olumsuz etkilerine vurgu yapmışlardır. Bilgin ve Güner (2017) yaptıkları çalışmada, popüler kültürün ilkökul çağındaki çocuklar üzerindeki etkilerini ilkökullarda görevli öğretmenlerin görüşlerine göre değerlendirmiştir. Buna göre öğretmenlerin çoğunlukla popüler kültürü, ticari bakımdan üretilen ve her geçen gün daha fazla tüketilen gündelik bir tüketim kültürü olarak gördükleri sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca öğretmenler, popüler kültürün çocuklar üzerinde aşırı bir tüketim alışkanlığı oluşturduğunu düşünmekte ve bu durumu eleştirmektedirler. Çalışmada, tüketim alışkanlığı ile ilgili elde edilen sonucun, Karaman’ın (2010) çalışmasından elde edilen çocukların ve ailelerin, çocukların tüketimine yönelik üretilen popüler kültür ürünlerinin etkisi altında olduğu sonucu ile benzerlik gösterdiği söylenebilir. Yine Brochocka ve diğ. (2001) yaptıkları araştırmanın sonucunda çocukların popüler kültürün etkisinde kalarak tüketim toplumunun değerlerini özümstedikleri sonucuna ulaşmıştır. Bunların dışında popüler kültürün ticari ve ekonomik yönünü vurgulayan birçok çalışmaya (Erdoğan, 2004; Coşgun, 2012) literatürde ulaşmak mümkündür.

Bu çalışmada en dikkat çekici sonuçlardan biri de öğretmen adaylarının popüler kültür ile yenileşme, modernleşme ve moda kavramları arasında yoğun bir ilişki kurmalarınıdır. Bilindiği gibi ilk başta halk (folk) kültürü olarak görülen popüler kültür, bazen daha da ileri gidilerek egemen güçlerin dayattığı kültürü benimsedikleri için tabiler ve güçsüzlerin kültürü olarak nitelendirilmiştir (Fiske, 1999, s.15). Örneğin elitist yaklaşım popüler kültürü, halkın aşağı kültürü olarak görüp onu sınıfsal bir mesafe koymanın aracı olarak nitelendirmişlerdir. Bununla birlikte popüler kültürün, daha çok tarım ağırlıklı üretim etkinliğinden endüstriyel topluma geçildiğinde folk kültürün yok olmaya başlamasıyla ortaya çıkması (Erdoğan ve Alemdar, 2005), modernizmin etkisiyle geleneksel toplum yapısının çözülmesi, tüketime endeksli modern hayat tarzının evrenselleşmesi (Bayhan, 2011, s.239) dünya genelinde de popüler kültürün bir modernleşme emaresi olarak görülmesine neden olmaktadır. Özellikle öğretmen adaylarının moda teması altında giyim tarzı, yırtık kot, dar paça giyim, İspanyol paça, vintage, füzo tayt, dövme, piercing, estetik ve kozmetik ürün kullanımı gibi vurguladıkları çeşitli kelimeler onların popüler kültür ile dış görünüş arasında kurdukları güçlü bağı göstermektedir. Bu durum küresel kapitalist güçlerin genç hedef kitleyi derinden etkilediğini ve onlara moda adı altında sürekli yeni popüler kültür ürünleri sunarak onları küresel tüketicilere dönüştürdüğünü ve özellikle



giyim tarzlarını etkilediğini göstermektedir. Nitekim Gökalp ve Gökalp'in (2018) yaptıkları çalışmada da popüler kültürün öğretmen adaylarının yaşam tarzlarını etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmanın ön plana çıkan sonuçlarından biri de öğretmen adayların popüler kültürü dönemsel, geçici ve kısa süreli olarak algılamalarıdır. Esasen geçicilik ve belli bir döneme ait olma özelliği popüler kültürün literatürde sık sık vurgulanan bir özelliğidir. Örneğin Turner (1979), popüler kültürü açıklarken “geçici hevesler” ifadesini kullanmaktadır. İçen'in (2020) popüler kültürün sosyal bilgiler öğretmen adaylarına yansımalarını incelediği çalışmasında, “hızlı değişim” 7 temel kategoriden biri olarak tespit edilmiştir. Yine Karadağ ve diğ.'nin (2012) yaptıkları araştırmanın bulguları da bu sonucu desteklemektedir. Söz konusu çalışmada, öğretmen adaylarının popüler kültür kavramına yönelik en sık ürettikleri metaforlar arasında “geçicilik” ve “değişkenlik” metaforları olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

Bu çalışmanın sonuçlarına göre sosyal bilgiler öğretmen adayları yalnızca popüler kültürün ne olduğuna ilişkin kelimeler ifade etmemişler aynı zamanda popüler kültürün nedenleri, olumlu-olumsuz sonuçları, popüler kültürün her türden yayılma araçları gibi çeşitli özelliklerine de güçlü vurgular yapmışlardır. Öğretmen adaylarında popüler kültürün çağrıştırdığı kelimeler genel olarak incelendiğinde onların bu kavramı hem olumlu hem de olumsuz olarak nitelendirmekle birlikte daha çok olumsuz algıladıkları anlaşılmaktadır. Örneğin popüler kültür denilince öğretmen adaylarının akıllarına ilk olarak özentilik kültürü, kültürel yozlaşma, dilde yozlaşma, dayatılmış kültür, marka takıntısı, alkol ve sigaraya özenme, abartılı davranış, lüks düşkünlüğü, tüketim çılgınlığı, samimiyetsizlik, ilgi hastalığı, teknoloji bağımlılığı, çatışma, depresyon, değersizleştirme, mecburiyet, irade kaybı, saygısızlık, bilinçsizlik, çatışma, kibir ve bilgi karmaşası gibi kelimelerin gelmesi öğretmen adaylarının çoğunlukla olumsuz bir bakış açısına sahip olduklarını göstermektedir (Bkz. Ek-1). Buna karşın daha sınırlı düzeyde ifade edilen dünyaya ayak uydurma, sosyal gereksinim, Avrupalı yaşam, rahatlık, ortak beğeni, evrensel değerler, Humanizm ve kültürel uyum gibi kelimeler ise popüler kültür için olumlu bir algı ve yaklaşımın olduğunu da göstermektedir (Bkz. Ek-1).

Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının popüler kültüre ilişkin bilişsel yapıları ve onu algılama şekillerinin ortaya konulmaya çalışıldığı bu çalışmada veri toplama aracı olarak sadece kelime ilişkilendirme testinin kullanılmış olması araştırmanın en önemli sınırlılıklarından biri olarak görülmektedir. Her ne kadar KİT'ler belli bir kavrama yönelik algıları belirlemede çok işlevsel araçlar olsa da bu çalışmada katılımcılar tarafından popüler kültür ile ilişkilendirilen bazı kavramların olumlu mu yoksa olumsuz manada mı ifade edildiklerini tespit etmede bazı ufak güçlükler yaşanmıştır. Örneğin bazı katılımcıların inançlar, değerler, gelenek ve görenekler, milli ve kültürel öğeler gibi kelimelerle ilişkilendirme yapmaları onların popüler kültürle bu kelimeleri bağdaştırdıklarını mı yoksa popüler kültürün bunları yok ettiğini mi düşündükleri çok açık değildir. Bu nedenle veri toplama aracı olarak KİT'in kullanıldığı çalışmalarda KİT'i destekleyebilecek bazı nitel verilerin alınabileceği araçların da kullanılması tavsiye edilebilir.



Batı Anadolu Eğitim Bilimleri Dergisi, (2023), 14 (1), 196-223.
Western Anatolia Journal of Educational Sciences, (2023), 14 (1), 196-223.
Araştırma Makalesi / Research Paper

Kaynakça

- Akkaya, S. (2008). *Üniversite öğrencilerinin popüler kültür etkinlikleri ve boş zaman alışkanlıkları*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Algül, A. (2019). Popüler kültür ve popüler edebiyat. *European Journal of Educational and Social Sciences*, 4(2), 142-153.
- Aydar, D. (2014). Popüler kültür ve müzik üzerine. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 7(33). 800-807.
- Aydın, D. (2019). *Ortaokul görsel sanatlar öğretmenlerinin 7. Sınıf kazanımlarını edindirmede popüler kültür öğelerine derslerinde yer verme durumları*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Uludağ Üniversitesi, Bursa.
- Bahar, M., Johnstone, A. H., & Sutcliffe, R.G. (1999). Investigation of students' cognitive structure in elementary genetics through word association tests. *Journal of Biological Education*, 33(3), 134-141. <https://doi.org/10.1080/00219266.1999.9655653>
- Baş, K., & Diktaş, A. (2020). Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının sosyal medya bağımlılığı. *Inonu University Journal of the Faculty of Education (INUJFE)*, 21(1), 193-207. <https://doi.org/10.17679/inuefd.563544>
- Baydar, V. (2013). Popüler kültürde mizojini. *Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*. 8(12). 151-165.
- Bayhan, V. (2011). Tüketim toplumunda bireyin ontolojik mottosu: "Tüketiyorum öyleyse varım". *Istanbul Journal of Sociological Studies*, (43), 221-248.
- Beşevli Solmaz, P. (23-25 Eylül, 2009). Popüler kültürün "müzik eğitimi"ne etkisi üzerine bir değerlendirme. 8. *Ulusal Müzik Eğitimi Sempozyumu'nda* sunulan bildiri.
- Bilgin, A., & Güner, F. (2017). Popüler kültür ve ilkökul çağındaki çocuklar (öğretmen görüşlerine göre durum tespiti). *Millî Eğitim Dergisi*, 46(216), 117-133.
- Birekul, M. (2015). Popüler kültür ve müzikte anlamın kaybı. *Akademik İncelemeler Dergisi*. 10(1), 155-180.
- Brochocka, K. Baynes, K. and Smith, J. (2001). Pupils' views of schools and popular culture, their opinions of design and technology at KS3 and their perception of its relevance for their futures. In E.W.L. Norman and P.H. Roberts (eds) IDATER 2001, Department of Design and Technology (pp.23-29), Loughborough University. Erişim adresi: <https://strathprints.strath.ac.uk/3967/6/strathprints003967.pdf>
- Bulut, M., & Kırbaş, A. (2021). Sosyal medya kullanımı bağlamında popüler kültürün Türkçeye etkilerine ilişkin Türkçe ve Türk dili ve edebiyatı öğretmeni adaylarının görüşleri. *EKEV Akademi Dergisi*, 25(88), 311-348.
- Burç, P. E. (2015). Popüler kültür ve annelik: anneliğin farklı görünüşleri. *Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar E-Dergisi*, 1-15.
- Cheung, C. K. (2001). The use of popular culture as a stimulus to motivate secondary students' English learning in Hong Kong. *ELT journal*, 55(1), 55-61.
- Childs, D. J. (2014) "Let's Talk About Race": Exploring Racial Stereotypes Using Popular Culture in Social Studies Classrooms. *The Social Studies*, 105(6), 291-300. <https://doi.org/10.1080/00377996.2014.948607>
- Coşgun, M. (2012). Popüler kültür ve tüketim toplumu. *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi* 1(1). 837-850.
- Demirkaya, H., Köç, A., & Ünal, O. (2020). Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının Osmanlı ve fetih kavramlarına ilişkin bilişsel yapılarının kelime ilişkilendirme testi yoluyla analizi. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 39(2), 45-63. <https://doi.org/10.7822/omuefd.747421>
- Dickie, J., & Shuker, M. J. (2014). Ben 10, superheroes and princesses: primary teachers' views of popular culture and school literacy. *Literacy*, 48(1), 32-38.
- Draper, R. C. (2005). *At-risk students' perceptions of the impact of popular culture and the media on their lives*. Unpublished Doctoral Dissertation. East Tennessee State University. Retrieved from: <https://www.proquest.com/docview/2481110810?pq-riqsite=gscholar&fromopenview=true>



Batı Anadolu Eğitim Bilimleri Dergisi, (2023), 14 (1), 196-223.
Western Anatolia Journal of Educational Sciences, (2023), 14 (1), 196-223.
Araştırma Makalesi / Research Paper

- Erdoğan, İ. (2004). Popüler kültürün ne olduğu üzerine. *Bilim ve Aklın Aydınlığında Eğitim Dergisi*, 57, 1-18.
- Erdoğan, İ., & Alemdar, K. (2005). *Popüler Kültür ve İletişim* (2. Baskı), Ankara: ERK Yayınları.
- Erim, G., & Aydın, D. (2020). Students' approaches toward the visual arts course using elements of popular culture. *European Journal of Educational Research*, 9(3), 1201-1210. <https://doi.org/10.12973/euler.9.3.1201>
- Erişti, S. D. (2010). İlköğretim öğrencilerinin resimsel anlatımlarında popüler kültür algısı (Norveç çok kültürlü Fjell ilköğretim okulu örneği). *İlköğretim Online*, 9(3), 884-897.
- Fiske, J. (1999). *Popüler Kültürü Anlamak*. (Çev.Süleyman İrvan), Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.
- Gökalp, M., & Gökalp, Ö. (2018). Öğretmen adaylarında yaşam tarzı ile popüler kültür ilişkisi. *Disiplinlerarası Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 2(4), 43-58.
- Gries, P., Sanders, M. A., Stroup, D. R., & Cai, H. (2015). Hollywood in China: how American popular culture shapes Chinese views of the "beautiful imperialist"—An experimental analysis. *The China Quarterly*, 224, 1070-1082. <https://doi.org/10.1017/S0305741015000831>
- 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. *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi*, 5(2). Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/198049>
- İçen, M. (2020). Popüler kültürün sosyal bilgiler öğretmen adaylarına yansımaları. *Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 22(2), 550-572.
- Kanburoğlu, B. Ü. (2011). *Popüler kültür-din eğitimi ilişkisi: İmam Hatip Liseleri örneği*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Karadağ, R., Kolaç, E., & Ulaş, A. H. (2012). Türkçe öğretmeni adaylarının "Kültür" kavramına yükledikleri anlamlar ve popüler kültüre bakışları. *İlköğretim Online*, 11(2), 381-394.
- Karaduman, N. (2017). Popüler kültürün oluşmasında ve aktarılmasında sosyal medyanın rolü. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 31(43), 7-27.
- Karakoç, E. (2014). Medya aracılığıyla popüler kültürün aktarılmasında toplumsal değişkenlerin rolü. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 2(3), 245-269.
- Karaman, K. (2010). Çizgi/ dizi karakterlerinin çocukların tüketim alışkanlıkları üzerine etkisi (Giresun örneği), *Karadeniz (Black Sea- Çernoye More) Sosyal Bilimler Dergisi*, 7, 66-84.
- Karasar, N. (2015). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Nobel Yayın Dağıtım.
- Kaya, K., & Tuna, M. (2010). Popüler kültürün ilköğretim çağındaki çocukların aile içi ilişkileri üzerindeki etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21, 237-256.
- Keskin, A. (2022). Gündelik Hayat ve Popüler Kültür Yaklaşımları Çerçevesinden "K-Pop". *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 32(2), 783-794.
- Keskin, E., & Örgün, E. (2015). Kelime ilişkilendirme testi aracılığıyla sürdürülebilir turizm olgusunun kavramsal analizi: Ürgüp örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 3(1), 30-40. <https://www.jotags.org/2015-vol-3-issue-1/> adresinden 02.06.2022 tarihinde erişildi.
- Kirby, D. (1976). Popular culture in the English classroom. *The English Journal*, 65(3), 32-34.
- Köse, A. (2014). Değişimin gölgesindeki gelenek: popüler diziler ve farklılaşan ad verme kültürü. *Millî Folklor*, 26(101), 291-306.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *An expanded sourcebook qualitative data analysis* (second edition). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Millî Eğitim Bakanlığı. (2018). *Sosyal bilgiler dersi öğretim programı*. Erişim adresi: <http://mufredat.meb.gov.tr/ProgramDetay.aspx?PID=354>
- Özden, Ö., & Barişeri, N. (2010). Üniversite öğrencilerinin popüler kültür ve popüler müzikle ilgili görüşleri. *e-Journal of New World Sciences Academy Fine Arts*, 5(44), 276- 294.



Batı Anadolu Eğitim Bilimleri Dergisi, (2023), 14 (1), 196-223.
Western Anatolia Journal of Educational Sciences, (2023), 14 (1), 196-223.
Araştırma Makalesi / Research Paper

- Özgan, H., Arslan, M. C., & Kara, M. (2014). Popüler kültürün öğrenci davranışları üzerinde algılanan etkileri. *EKEV Akademi Dergisi, 18(58)*, 469-484.
- Özkan, H. H. (2006). Popüler kültür ve eğitim. *Kastamonu Eğitim Dergisi, 14(1)*, 29-38.
- Peacock, J., Covino, R., Auchter, J., Boyd, J., Klug, H., Laing, C., & Irvin, L. (2018) University faculty perceptions and utilization of popular culture in the classroom, *Studies in Higher Education, 43(4)*, 601-613. <https://doi.org/10.1080/03075079.2016.1180673>
- Rets, I. (2016). Teachers' perceptions on using popular culture when teaching and learning english. *Procedia-Social and Behavioral Sciences, 232*, 154-160.
- Rowe, D. (1996). *Popüler Kültürler*. (Çev. M. Küçük). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Sarıtuğ, B. (2018). Popüler kültürün gençlerdeki değer algısına etkisi ile ilgili bir durum tespiti. *Karaelmas Eğitim Bilimleri Dergisi, 6(2)*, 213-230.
- Schudson, M. (1999). Popüler kültürün yeni gerçekliği, akademik bilinç ve duyarlılık. N. Güngör (Der.), *Popüler Kültür ve İktidar*, (168-200. ss.). Ankara: Vadi Yayınları.
- Sevim, O., & Güler, Ş. (2012). Öğretmen adaylarının popüler müziğe ilişkin görüşleri. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 16(1)*, 199-210.
- Solmaz, B., & Aydın, B. O. (2012). Popüler kültür ve spor merkezlerine yönelik bir araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 1(4)*. 67-82.
- Şahin, B., Poyraz, T., Öktem, P., & Şimşek, A. (2003). Bir popüler kültür ürünü olarak Asmalı Konak dizisinin yöre turizmine etkisi. *Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar E-Dergisi, 13*. Erişim adresi: <http://www.sdergi.hacettepe.edu.tr/makaleler/asmalimakale.pdf>
- Takeda, A. (2020) Transnational mobility to South Korea among Japanese students: when popular culture meets international education, *Asian Anthropology, 19(4)*, 273-290. <https://doi.org/10.1080/1683478X.2020.1730029>
- Turner, T. N. (1979). Using popular culture in the social studies. How to do it series, *Series 2*, No. 9, 1-7. Retrieved from: <https://eric.ed.gov/?id=ED178421>
- Türe, H., Devci, H., & Gezer, U. (2020). Akıllı telefonların sosyal bilgiler öğretiminde kullanımı: Öğretmen adaylarının görüşleri ve deneyimleri. *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 33(2)*, 293-325. <https://doi.org/10.19171/uefad.631820>
- Türk Dil Kurumu (2022a). *Moda kelimesinin tanımı*. <https://sozluk.gov.tr/> 11.09.2022 tarihinde erişilmiştir.
- Türk Dil Kurumu (2022b). *Popüler kültür kelimesinin tanımı*. <https://sozluk.gov.tr/> 11.09.2022 tarihinde erişilmiştir.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2018). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (11. Baskı). Seçkin Yayıncılık.
- Zorlu, Y. (2016). Türkiye'de bir popüler kültür aracı olarak televizyon. *Erciyes İletişim Dergisi, 4(3)*, 84-98.

**Ekler**

Ek-1: Çalışma grubunda yer alan öğretmen adaylarının, “popüler kültür” kavramı ile ilişkilendirdikleri kelimelerin temalara ve sıklıklarına dağılımı

Medya ve Basın Teması					
İlişkilendirilen Kelime	f	İlişkilendirilen Kelime	f	İlişkilendirilen Kelime	f
Sosyal Medya	54	Televizyon	7	Exxen	2
Tik-Tok	24	Sosyal Medya Akımları	7	Blu Tv	1
Instagram	22	İnfluencer	5	Blog	1
Medya-Basın	15	Reklamlar	3	Google	1
Netflix	12	Spotify	3	Pinterest	1
Twitter	10	Medya Manipülasyonu	3	Twitch	1
Etkileşim	9	Facebook	2	Telegram	1
İnternet	8	Youtuber	2	Sosyal Deneyler	1
Youtube	7	İdol	2	Radyo	1
Sosyal Medya Fenomeni	7	Whatsapp	2		
Kültür ve Düşünce Akımları Teması					
İlişkilendirilen Kelime	f	İlişkilendirilen Kelime	f	İlişkilendirilen Kelime	f
Yenileşme	19	Dayatılmış kültür	4	Kore hayranlığı	1
Modernleşme	18	Marka takıntısı	4	Gençlerin alkole özenmesi	1
Gelenek görenek	15	Kültürel etkileşim	3	Hümanizm	1
Özenti kültürü	13	Kültürel uyum	3	Jargon	1
Kültürel yozlaşma	12	Zihniyet farklılığı	3	Politik doğruculuk	1
Yaygın kültür	9	Ateizm	2	Postmodernizm	1
Küreselleşme	8	Millilik	2	LGBT	1
Dilde yozlaşma	7	Değerlerimiz	2	Etnik desen	1
İnançlar	4	Kültürel öğeler	1	Evrensel değerler	1
Toplumsal Hayat-Yaşam Tarzı Teması					
İlişkilendirilen Kelime	f	İlişkilendirilen Kelime	f	İlişkilendirilen Kelime	f
Günümüz toplumu	17	Yaşantı	5	Avrupalı yaşam	2
Sıra dışılık	12	Alkol ve sigara kullanma	4	Bireyselleşme	2
Ortak beğeni	11	Arkadaş ortamı	4	Sürü psikolojisi	2
Sıradanlık	7	Lüks düşkünlüğü	3	Yılbaşı kutlamaları	1
Yaşam tarzı	6	Sosyalleşme	3	Ahlak kuralları	1
Toplumsal yaşam	5	Abartılı davranış	3	Kurallar	1
Özel günler	5	Günlük hayat	3	Sosyal gereksinim	1
Herkesleşme	5	Gösteriş	2	Rahatlık	1
Tek tipleşme	5	Dünyaya ayak uydurma	2	Statü merakı	1
Kitlesel etki	5	Düğünler	2		
Müzik, Dans ve Eğlence Teması					
İlişkilendirilen Kelime	f	İlişkilendirilen Kelime	f	İlişkilendirilen Kelime	f
Müzik	22	K Pop	4	Konser	2
Hip Hop	12	Gangnam Style Şarkısı	4	Magazin	2
Rap	12	Müzik Türleri	3	Yarışma Programları	1



Pop Müzik	8	Eğlence	3	R&B Müzik	1
Müzik Yıldızları	8	Talk Showlar	2	Disko	1
Arabesk	7	Müzik Grupları	2	Harlem Shake Dansı	1
Hit Şarkılar	7	Rock Müzik	2		
Moda-Kıyafet-Giyim-Stil-Tarz-Eşya Teması					
İlişkilendirilen Kelime	f	İlişkilendirilen Kelime	f	İlişkilendirilen Kelime	f
Moda	40	Yırtık Kot	1	Ombre Saç	1
Moda Giyim Tarzı	18	Dar Paça Giyim	1	Süslenmek	1
Ünlülerin Yaşamı	11	Zevk	1	Küt Saç Modeli	1
Trend	8	Vintage Giyim	1	Bob Kesim Saç	1
İspanyol Paça	2	Nargileci Gibi Giyinen Erkekler	1	Çukur Dizisi Dövmesi	1
Converse	2	Dövme	1	Kozmetik Ürün Kullanımı	1
Füzo Tayt	1	Piercing	1	Estetik Operasyonlar	1
Teknoloji Teması					
İlişkilendirilen Kelime	f	İlişkilendirilen Kelime	f	İlişkilendirilen Kelime	f
Teknoloji	16	Teknolojik Aletler	3	Cep Telefonu	1
Bilgisayar Oyunları	9	Online Eğitim	3	Bluetoth Kulaklıklar	1
Online Oyunlar	6	Telefon	3	Selfie	1
Pubg	6	Dijitalleşme	1	Fotoğrafları Filtreleme	1
Iphone	6	Akıllı Telefon	1		
Bilgisayar	3	Marka Telefon	1		
Zaman ve Mekan Teması					
İlişkilendirilen Kelime	f	İlişkilendirilen Kelime	f	İlişkilendirilen Kelime	f
Dönemsel/Geçici/Kısa Süreli	16	Okul	2	20. Yüzyıl Sonrası	1
Z Kuşağı	7	Çağdaş	2	Bilgi Çağı	1
Gençlik	6	Müze	2	Günümüz	1
Yeni Nesil	5	Avm	2	Ergenlik	1
Zaman/Çağ	5	İstanbul	2	Ayasofya	1
Metropol	3	Kuşak Çatışması	1		
Kitap Kafe	3	Gelecek	1		
Ekonomik Hayat Teması					
İlişkilendirilen Kelime	f	İlişkilendirilen Kelime	f	İlişkilendirilen Kelime	f
Hızlı Tüketim Çılgınlığı	19	Bitcoin	4	Pazarlama	1
Kapitalizm	10	Para	2	İleri Görüşlülük	1
Online Alışveriş	6	Zincir Marketler	2	Finansal Hırs	1
Ekonomi	4	Zenginlik	2	İhtiyaç Olmayan İstekler	1
Trendyol	4	Sermaye	1	Lüks Yaşam	1
Sanat ve Edebiyat Teması					
İlişkilendirilen Kelime	f	İlişkilendirilen Kelime	f	İlişkilendirilen Kelime	f
Sanat ve Estetik	13	Fantastik Edebiyat	2	Yazarlar-Şairler	1
Kitap	12	Dergi	2	Sanat Sergileri	1
Popüler Kitaplar	6	Resim	2	Şiir	1



Edebiyat	4	Sanatçılar	2	Dünya Klasikleri	1
Tiyatro	3	Sanal Kitap	1	Yeni Taz Sanat	1
Dizi, Film ve Sinema Teması					
İlişkilendirilen Kelime	f	İlişkilendirilen Kelime	f	İlişkilendirilen Kelime	f
Dizi Örnekleri	14	Filmler	9	Marvel	1
Sinema	12	Harry Potter	2	Animeler	1
Dizi	10	Hollywood	2		
Olumsuz Etki/Nitelik Teması					
İlişkilendirilen Kelime	f	İlişkilendirilen Kelime	f	İlişkilendirilen Kelime	f
Samimiyetsizlik	6	Depresyon	1	Önyargı	1
İlgi Hastalığı	4	Saygısızlık	1	Sanal Soğuk İlişkiler	1
Linç Kampanyaları	3	Kibir	1	İrade Kaybı	1
Bilinçsizlik	2	Kültürlü Gözükme Çabası	1	Bilgi Karmaşası	1
Bağımlılık	2	Bukalemunculuk	1	Negatif	1
Teknoloji Bağımlılığı	2	Klonlanmış Düşünceler	1	Mecburiyet	1
Yanılgı	2	Teknoloji Kötüye Kullanma	1	Zorluk	1
Çatışma	2	Değersizleştirme	1		
Çöplük	2	Aile Yapısında Bozulma	1		
Yeme-İçme Kültürü Teması					
İlişkilendirilen Kelime	f	İlişkilendirilen Kelime	f	İlişkilendirilen Kelime	f
Fast Food	10	Pepsi	1	Dalgona Kahvesi	1
Starbucks	8	Dünya Mutfağı	1	Nusret	1
Yemek-İçmek	8	Meyve Suyu	1	Hamburger	1
Cola	2	Soğuk Kahve	1	Gazoz	1
Pizza	2	Kahve	1	Magnolia Tatlısı	1
Davranış Gösterme Teması					
İlişkilendirilen Kelime	f	İlişkilendirilen Kelime	f	İlişkilendirilen Kelime	f
Değişime Ayak Uydurmak	14	Kaktüs Yetiştirmek	1	Etkilenmek	1
Özenmek	10	Aktif Olma	1	Yerine Geçmek	1
Beğeni Atma	3	Poster Asma	1	Tembellik Övünme	1
Bilmeden Atıp Tutma	2	Walkman Dinleme	1	Yabancı Starları Takip Etmek	1
Koleksiyon Yapmak	1	Çok Bilmişlik	1		
Diğer Teması					
İlişkilendirilen Kelime	f	İlişkilendirilen Kelime	f	İlişkilendirilen Kelime	f
Turizm	9	Bebek İsimleri	1	Halk Oyunları	1
Gündem	5	Urfa -Göbeklitepe	1	Yazarlık	1
Spor	3	İlgi	1	Merak	1
Hızlı Ulaşım	2	İhtiyaç	1	Kolaylık	1
Futbol	2	Var Olabilme	1	Aitlik	1
Sentez	2	Beden Dili	1		
Eşya ve Nesne Teması					

Batı Anadolu Eğitim Bilimleri Dergisi, (2023), 14 (1), 196-223.
Western Anatolia Journal of Educational Sciences, (2023), 14 (1), 196-223.
Araştırma Makalesi / Research Paper



İlişkilendirilen Kelime	f	İlişkilendirilen Kelime	f	İlişkilendirilen Kelime	f
Stres Çarkı	4	Vuvuzela	1	Oyuncak Kil	1
Araba	2	Yoyo	1	Denge Bilekliği	1
Parfüm	1	Taso Oyuncak	1		
Hulahop	1	Oyuncak Slime	1		