JTPE

Journal of Theory and Practice in Education

A quarterly peer-reviewed journal

ISSN: 1304-9496

October 2014

Volume 10, Issue 4

Çanakkale Onsekiz Mart Universtiy
Faculty of Education

ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ EĞİTİM FAKÜLTESİ

ÇANAKKALE ONSEKİZ MART UNIVERSITY FACULTY OF EDUCATION

Eğitimde Kuram ve Uygulama

Journal of Theory and Practice in Education

Ekim 2014, 10(4) **October 2014, 10(4)**

Yılda dört kez yayımlanan hakemli uluslararası dergi **A quarterly peer-reviewed international journal**

ISSN: 1304-9496

Dizinlendiği Veri Tabanları / Indexing

- Education Source
- EBSCOhost Education Research Complete
- EBSCO A-Z Journals
- ERA (Educational Research Abstracts)
- HERDC (Higher Education Research Data Collection)
- AERA (American Educational Research Association)
- DOAJ (Directory of Open Access Journals)
- ISETL (International Society for Exploring Teaching and Learning)
- Ulrich's Periodical Directory (ProQuest)
- Google Scholar
- Türk Eğitim İndeksi

İletişim Adresi / Contact Address:
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Eğitim Fakültesi
Eğitimde Kuram ve Uygulama
Çanakkale
Tel: 0 286 217 13 03
e-posta: eku@comu.edu.tr

Copyright © 2014 – Eğitimde Kuram ve Uygulama
Her hakkı saklıdır. Eğitimde Kuram ve Uygulama'da yayımlanan yazıların her türlü hukuki ve bilimsel sorumluluğu yazarlarına aittir. Bu dergide yer alan makalelerin bir bölümü veya tamamı editörün izni olmadan başka bir yerde yayımlanamaz.

Sahibi / Owner
(Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Eğitim Fakültesi Adına)
(On Behalf of Çanakkale Onsekiz Mart University Faculty of Education)
Kemal YÜCE

Editörler / Editors
Kemal YÜCE
Sait TÜZEL

Yardımcı Editörler / Co-Editors
Serkan İZMİRLİ
Muzaffer ÖZDEMİR
Mustafa TEKİN
Tuba SEVER

Yayın ve Danışma Kurulu / Advisory Board

Abdullah KUZU	Anadolu University	Turkey
Ahmet AYPAY	Eskişehir Osmangazi University	Turkey
Bob BURDEN	Exeter University	England
Diljit SINGH	University of Malaya	Malaysia
Filomena CAPUCHO	Catholic University	Portugal
Firdevs GÜNEŞ	Ankara University	Turkey
Heinke RÖBKEN	University of Oldenburg	Germany
Mehmet Akif ERSOY	Ege University	Turkey
Michael A. BUHAGIAR	University of Malta	Malta
Murat ÖZBAY	Gazi University	Turkey
Selcuk UYGUN	Akdeniz University	Turkey
Todor SHOPOV	Sofia University	Bulgaria
Turan TEMUR	Dumlupınar University	Turkey

Ekim 2014, 10(4) Hakemleri / Reviewers of October 2014, 10(4)

Adem SEZER	Uşak University	Turkey
Ahmet Murat ELLEZ	Dokuz Eylül University	Turkey
Azamat AKBAROV	International Burch University	Bosnia-Herzegovina
Bayram ÖZER	Ondokuz Mayıs University	Turkey
Burcu ÖZDEMİR BECEREN	Çanakkale Onsekiz Mart University	Turkey
Bülent Baki TELEF	Çanakkale Onsekiz Mart University	Turkey
Cemal AKÜZÜM	Dicle University	Turkey
Çavuş ŞAHİN	Çanakkale Onsekiz Mart University	Turkey
Ercan ARI	Çanakkale Onsekiz Mart University	Turkey
Esin TURAN GÜLLAÇ	Pamukkale University	Turkey
Eyup YÜNKÜL	Balıkesir University	Turkey
Fatih AYDIN	Karabük University	Turkey
Gürhan DURAK	Balıkesir University	Turkey
Harun ÇİĞDEM	Noncommissioned Officer School	Turkey
Işıl KAÇAR	Middle East Technical University	Turkey
İlknur REİSOĞLU	Karadeniz Technical University	Turkey
Kasım YILDIRIM	Muğla Sıtkı Koçman University	Turkey
Levent ÇETİNKAYA	Çanakkale Science High School	Turkey
Mehmet ERSOY	Eskişehir Osmangazi University	Turkey
Mehmet Akif ÇEÇEN	İnönü University	Turkey
Mehmet KURUDAYIOĞLU	Abant İzzet Baysal University	Turkey
Mehmet PALANCI	Karadeniz Technical University	Turkey
Mehmet TOK	Çanakkale Onsekiz Mart University	Turkey
Mine SÖNMEZ	Ekişehir Osmangazi University	Turkey
Munise SEÇKİN KAPUCU	Ekişehir Osmangazi University	Turkey
Oktay ASLAN	Necmettin Erbakan University	Turkey
Sabri SİDEKLİ	Muğla Sıtkı Koçman University	Turkey
Sait TÜZEL	University of Rhode Island	USA
Salih Zeki GENÇ	Çanakkale Onsekiz Mart University	Turkey
Serkan ÇANKAYA	Balıkesir University	Turkey
Serkan İZMİRLİ	Çanakkale Onsekiz Mart University	Turkey
Turhan ÇETİN	Gazi University	Turkey
Vildan ÇEVİK	Gaziosmanpaşa University	Turkey
Yasemin TAŞ	Atatürk University	Turkey

İçindekiler / Table of Contents

A research on high school students' reading interests and habits ……... 764-782
Lise öğrencilerinin okuma ilgi ve alışkanlıkları üzerine bir araştırma
Aliye USLU ÜSTTEN, Salim PİLAV

A comparative study on native language arts curricula of Turkey and Singapore ……..……..……..…….. 783-806
Türkiye ve Singapur ana dili öğretimi programları üzerine karşılaştırmalı bir araştırma
Havva YAMAN, Gökçen GÖÇEN

Language arts course teaching process associated with critical literacy 807-839
Eleştirel okuryazarlıkla ilişkilendirilmiş Türkçe derslerinin öğretim süreci
Önder POTUR

Pre-service Turkish language arts teachers' views on their visual literacy skills …… 840-862
Türkçe öğretmeni adaylarının görsel okuryazarlık becerileri hakkındaki görüşleri
Gamze ÇELİK, Osman ÇEKİÇ

Tendency scale for technology use in class: Development, reliability and validity ……...……... 863-884
Derste teknoloji kullanımına yönelik eğilim ölçeği: Geliştirme, güvenirlik ve geçerlik
Selim GUNUC, Abdullah KUZU

Technology acceptance measure for teachers: T-TAM …… 885-917
Öğretmenler için teknoloji kabul ölçeği: Ö-TKÖ
Ömer Faruk URSAVAŞ, Sami ŞAHİN, David McILROY

The effect of face to face interaction on critical thinking skills in web supported case-based learning …….……...…… 918-941
Web destekli örnek olay yönteminde yüz yüze etkileşimin öğrencilerin eleştirel düşünme becerilerine etkisi
Çelebi ULUYOL, Tolga GÜYER

The effectiveness of language arts and physical education curriculum integrated with values education program ……...…… 942-969
Türkçe ve beden eğitimi öğretim programları ile bütünleştirilmiş değerler eğitimi programının etkililiği
Gizem ENGİN, Selçuk UYGUN

Relationship between the level of foreign language learning and the cognitive and affective features of students of physical education and sports school ……...…...…….…...…… 970-998
Beden eğitimi ve spor yüksekokulu öğrencilerinin yabancı dil öğrenme düzeyi ile bazı bilişsel ve duyuşsal özellikleri arasındaki ilişki
A. Seda SARACALOĞLU, S. Rana VAROL, İlke EVİN GENCEL

Determination of teachers' learning styles and evaluation of the relationship among learning styles ……..…...…… 999-1021
Öğretmen adaylarının öğrenme stillerinin belirlenmesi ve öğrenme stilleri arasındaki ilişkinin değerlendirilmesi
Etem YEŞİLYURT

The effects of alternative assessment and evaluation methods on academic achievement, persistence of learning, self-efficacy perception and attitudes ……...…… 1022-1046
Alternatif ölçme değerlendirme yöntemlerinin akademik başarı, kalıcılık, özyeterlilik algısı ve tutum üzerine etkisi
Yasemin ABALI ÖZTÜRK, Çavuş ŞAHİN

Examining students' perceptions on esthetic value in social studies teaching program ……..…...…… 1047-1076
Sosyal bilgiler öğretim programında yer alan estetik değerine ilişkin öğrenci algılarının incelenmesi
Bahadır KILCAN, Bülent AKBABA

Determination of preservice teachers' electromagnetic pollution awareness ……...……... 1077-1090
Öğretmen adaylarının elektromanyetik kirlilik farkındalıklarının belirlenmesi
İsmail KENAR, Sedat TURGUT, Muhammed Sait GÖKALP

Investigating the relationship between science teachers' self- efficacy, work environment and their job satisfaction based on TIMSS 2011 ……... 1091-1101
Fen öğretmenlerinin öz-yeterlilikleri, çalışma ortamları ve mesleki doyumları arasındaki ilişkinin TİMSS 2011 verisine göre incelenmesi
Nurcan KAHRAMAN

The views of the preschool and primary school teachers on preparation process of emergent literacy in preschool …..…….…...…… 1102-1119
Okul öncesi ve sınıf öğretmenlerinin okul öncesindeki okuma-yazmaya hazırlık sürecine ilişkin görüşleri
Necdet TAŞKIN, Mehmet KATRANCI, Mehmet UYGUN

The impact of coherence relations on text comprehension of Turkish EFL readers …..……..…… 1120-1142
Bağdaşıklık ilişkilerinin yabancı dil öğrenen Türk okuyucuların İngilizce metinleri anlama yeteneğine etkisi
Hasan BAYRAKTAR

The perception of school inefficacy, social prescribed perfectionism and self-appraisal as predictors of adolescents' life satisfaction ……. 1143-1155
Ergenlerin yaşam doyumunu algılanan okul yetersizliğinin, sosyal kaynaklı mükemmeliyetçiliğin ve kendini değerlendirmenin yordaması
Eyüp ÇELİK, Neslihan ARICI ÖZCAN, Mehmet Emin TURAN

Eğitimde Kuram ve Uygulama *Articles /Makaleler*
Journal of Theory and Practice in Education *2014, 10(4): 1047-1076*
ISSN: 1304-9496

EXAMINING STUDENTS' PERCEPTIONS ON ESTHETIC VALUE IN SOCIAL STUDIES TEACHING PROGRAM*

(SOSYAL BİLGİLER ÖĞRETİM PROGRAMINDA YER ALAN ESTETİK DEĞERİNE İLİŞKİN ÖĞRENCİ ALGILARININ İNCELENMESİ)

Bahadır KILCAN[1]
Bülent AKBABA[2]

ABSTRACT
The purpose of this study was to determine how 8th grade students perceive values such as being esthetıc which were involved in social studies teaching program for 6 and 7th graders. Therefore, metaphors and pictures/cartoons that students formed and drew for each of the values and interviews conducted with students about the related value were examined.This qualitative study designed in survey model used data research techniques such as collecting data via metaphors, semi-structured interview, and document analysis under triangulation method. Considering the data supplied by Turkish Statistical Institute (TES) about Socio-Economic Status (SES), a total of 602 (317 female - 285 male) 8th graders chosen by maximum variation sampling method from 9 primary schools located in low, middle, and high socio-economical areas of central districts of Ankara participated in the study. Content analysis was conducted to analyze and interpret the data of the study. Results demonstrated that; Without regarding the difference of SES, most of the participants marked that they perceived esthetic as "nice, eyeable, smooth, and flawless scene" and "blocking the natural, negativity stemming from changing, and becoming impaired when dealt with".

Key Words: Value, esthetıc, pictures/cartoon, metaphor, qualitative study, social studies.

ÖZET
Bu araştırmada, Sosyal Bilgiler 6 ve 7. sınıf öğretim programında yer alan estetik değerinin sekizinci sınıf öğrencileri tarafından nasıl algılandığının belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda; öğrencilerin ilgili değere ilişkin geliştirdikleri metaforlar, çizdikleri resim/karikatürler ve o değere ilişkin öğrencilerle yapılan yarı yapılandırılmış görüşmeler incelenmiştir. Nitel araştırma deseninde tarama modelinde gerçekleştirilmiş olan araştırmada, üçgenleme şeklinde veri toplamaya uygun olarak nitelendirilen nitel araştırma teknikleri (mecazlar yoluyla veri toplama, yarı yapılandırılmış görüşme ve doküman analizi) birlikte kullanılmıştır.Araştırmanın çalışma gurubu; Türkiye İstatistik Kurumu'nun (2012) sosyo-ekonomik düzey (SED) verileri göz önünde bulundurularak, 2011-2012 eğitim-öğretim yılı bahar döneminde Ankara ili merkez ilçelerden üst, orta ve alt SED'e sahip yerleşim yerlerinde maksimum çeşitlilik örnekleme yöntemiyle seçilmiş olan dokuz ilköğretim okulunda çalışmaya katılım gösteren 602 (317 kız-285 erkek) sekizinci sınıf öğrencisinden oluşmaktadır. Katılımcılardan elde edilen verilerin çözümlenmesinde ve yorumlanmasında içerik analizi kullanılmıştır. Araştırma sonucunda; SED farkı gözetilmeksizin katılımcıların büyük bir çoğunluğunun estetiği; "insana hoş gelen, göze hitap eden, sorunsuz ve kusursuz bir görüntü" ve "doğal olanı kapatan, değiştirmeden kaynaklı olumsuzluk ve uğraşınca bozulan" olarak algıladıkları görülmektedir.

Anahtar Sözcükler: Değer, estetik, resim/karikatür, metafor, nitel araştırma, sosyal bilgiler.

*Bu çalışma birinci yazarın ikinci yazar danışmanlığında yürüttüğü ve Gazi Üniversitesi Bilimsel Araştırmalar Proje birimi tarafından desteklenen (04/2012-32) "Sosyal Bilgiler Öğretim Programında Yer Alan Değerlere İlişkin Öğrenci Algılarının İncelenmesi" adlı doktora tez çalışmasından üretilmiştir.
[1] Yrd. Doç. Dr., Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi, Ankara/TÜRKİYE.
E-Posta: bahadir@gazi.edu.tr
[2] Yrd. Doç. Dr., Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi, Ankara/TÜRKİYE.
E-Posta: akbaba@gazi.edu.tr

© Çanakkale Onsekiz Mart University, Faculty of Education. All rights reserved.
© Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Eğitim Fakültesi. Bütün hakları saklıdır.

SUMMARY

Introduction

Values do not have a definite definition though there have been many discussions on them (Özgüven, 2011). According to Hökelekli and Gündüz (2007), values are general principles directing and determining the behaviors of individuals. Aktepe (2010) argues that family is the first environment where these principles are gained. Schools play an important role in the sustainability of such principles that individuals begin to gain in the family.

Schools are the institutions aimed at cultivating mentally and physically healthy individuals who act in accordance with the objectives of the society they live in (Binbaşıoğlu, 1991). The curricula implemented in schools should be suitable for the society so that the above-mentioned objectives can be fulfilled (Gutek, 2011). The Social Sciences Curriculum that is currently in use in Turkey includes such elements as acquisition, learning domain, and skill, concept, and value teaching. Among these elements, values are quite important (Ata, 2007).

If students' readiness for value teaching, interests, needs, and expectations are taken into consideration, it will be easier to introduce values to students (Aktepe, 2010). As stated by Başaran (2004), it is hard to determine, understand, and interpret various problems of individuals without taking into account reliable information about the values held by them (Cited, Kunduroğlu, 2010).

Purpose

This study aimed at determining the perceptions of the eight grade students regarding the value of aesthetics included in the Social Sciences 6th and 7th Grades Curriculum, what metaphors they produced in regard to this value, what categories emerged based on such metaphors, and whether the above-mentioned varied by socio-economic level.

Method

This study employed different qualitative research techniques together. Thus, the present study was suitable for triangulation. According to Guion (2002), triangulation involves the collective use of different methods.

The present study was based on qualitative research design, and employed the survey model. The survey model is a research approach that aims at determining the characteristics of a group or describing a past or present state as it was/is (Karasar, 2010; Büyüköztürk, Kılıç-Çakmak, Akgün, Karadeniz and Demirel, 2010).

The study group consisted of 602 (317 females and 285 males) eight grade students from nine primary schools selected, through maximum variation sampling, from the central districts of Ankara Province in the spring semester of the 2011-2012 academic year based on the socio-economic level data provided by the Turkish Statistical Institute (2012). In maximum variation sampling, every situation may be defined in aspects unique to itself in detail, and common categories to emerge between situations with different characteristics may be determined (Patton, 1987).

© Çanakkale Onsekiz Mart University, Faculty of Education. All rights reserved.
© Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Eğitim Fakültesi. Bütün hakları saklıdır.

The below-mentioned data collection tools were used in the present study;
1. Form for Collecting Data via Metaphors**:** The form for collecting data via metaphors, which had previously been used by many researchers (Saban, 2004; 2008a; 2008b; 2009; Öztürk, 2007; Güven ve Güven, 2009; Aydın, 2010) was used for determining the metaphors concerning the meanings attributed by the students to the value of aesthetics included in the Social Sciences 6th and 7th Grades Curriculum. A metaphor is defined as a component of human reasoning applied for considering something in relation to another and understanding concepts better (Lakoff & Johnson, 2010), and regarded as a mental image used by an individual for explaining a highly abstract and complex phenomenon (Yob, 2003; Saban, 2004).
2. Document Analysis**:** Another data collection tool used in the study was visual documents. Ersoy and Türkkan (2010) state that visual materials (cartoons) reflect the feelings and thoughts of students and highlight their interpretation and solution skills, and Ersoy (2010) suggests that cartoons may be used for determining the status of acquiring especially social values, norms, and rules.
3. Semi-structured Interview Form: In semi-structured interviews, the interviewer generally asks questions without going beyond the questions prepared in advance. However, s/he is free to ask additional questions in accordance with the answers provided by students (Glesne, 2012; Kuş, 2012).
At the first implementation stage of the study, a metaphor form about the value of aesthetics was distributed to each student. The obtained data were sorted by the researchers by socio-economic levels. Then the metaphors about aesthetics produced by the students, the reasons for producing such metaphors, and the pictures/cartoons drawn by them in relation to the value of aesthetics and the reasons for producing these metaphors were reviewed in company with a domain expert, thereby determining those who drew similar pictures/cartoons, those who drew different pictures/cartoons, and those who did not draw any picture/cartoon.
Prior to conducting interviews (the second implementation stage of the study), 12 participants were determined in order to conduct at least one interview with those who drew similar pictures/cartoons, those who drew different pictures/cartoons, and those who did not draw any picture/cartoon in regard to the value of aesthetics from each socio-economic level.
1. Coding and Eliminating Stage: The forms of the participants were examined, and 445 forms that had not contained the reason for producing relevant metaphor, or that had only involved the definition of relevant metaphor, or that had been left blank were marked and left out of the study.
2. Sample Metaphor Compilation Stage: At this stage, each metaphor was broken into pieces through "metaphor analysis" (Saban, 2009) and "content analysis" (Yıldırım & Şimşek, 2005). After the forms containing weak mental images were eliminated, a total of 41 valid metaphors were obtained.
3. Category Development Stage: At this stage, the metaphors developed by the participants in regard to the value included in the form were categorized based on the reasons for the creation of such metaphors.

4. Validity and Reliability Stage: Here, the categories produced by the expert whose opinion was received and those produced by the researchers were compared. The reliability of the study was calculated by using Miles and Huberman's (1994) formula in the comparisons.

5. Data Transfer into Computer Environment Stage: After the metaphors created by the participants were divided into categories, all data were transferred into computer environment through calculating the number (f) and percentage (%) of the participants representing relevant metaphors and categories.

Results

Findings revealed that the metaphors that were produced by participants from lowest-level socio-economic status on aesthetic values and that had the highest frequency were "Ajda Pekkan", "beauty", "modeling clay" and "Bülent Ersoy."

Findings also indicated that the metaphors that were produced by participants from middle-level socio-economic status on aesthetic values and that had the highest frequency were "Bülent Ersoy", "Ajda Pekkan", "beauty", "Çağatay Ulusoy", "celebrities" and "insincerity".

According to the findings of the current study, the metaphors that were produced by participants from middle-level socio-economic status on aesthetic values and that had the highest frequency were "beauty", "surgery" and "change."

It was further evidenced upon examining the categories which were built up from metaphors that participants from various socio-economic status produced that the categories which included the highest number of metaphors were titled "Nice for People", "Celebrities" and "An Eye-Pleasing and Relaxing Scene."

Discussion and Conclusion

A great majority of the participants perceived aesthetics as "*a nice, eye-pleasing, fine, smooth, and perfect appearance*". The fact that aesthetic was associated with "*Thierry Henry*" who was considered to be capable of "*dribbling past beautifully*" by the *interviewer 12 with a middle socio-economic level*, and was likened to "*a real waterfall giving peace to people with its sound, existence, and appearance without doing any extra thing*" *by the interviewer 92 with a lower socio-economic level* may prove that the value of aesthetics is gained by all individuals without any difference resulting from socio-economic level in affective respects in particular. That shows parallelism with Akbaş's (2004) result that students access the value of aesthetics at similar levels irrespective of their differences arising from their socio-economic levels.

Some participants incorrectly perceived aesthetics as a surgical operation, and described it as "*unfavorable situation resulting from modification, covering what is natural, and getting worse when worked on too much*". That may imply that media has an influence on the incorrect perceptions of the participants. This is because; media not only spreads and conveys culture to large masses, but also stands as one of the primary institutions directing people in the society (Segall and Schmidt,

© Çanakkale Onsekiz Mart University, Faculty of Education. All rights reserved.
© Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Eğitim Fakültesi. Bütün hakları saklıdır.

2006; Tınaz, 2012). Although such act of directing is expected to drive people into wisdom, curiosity, and creativity, it misleads people for the sake of circulation and rating (Saban, 2005). This result of the present study is parallel with those of various studies (Tokdemir, 2007; Yıldırım, 2009; Yalar, 2010; and Yiğittir and Keleş, 2011) focusing on teachers' views regarding value teaching which suggest that teachers think media has a negative effect on students in the value teaching process.

GİRİŞ

Günümüzde, bilgi-iletişim teknolojileri alanında gerçekleşen yenilikleri ve bu yeniliklerin katlanarak artış göstermesini toplumlara fayda sağlayan başat bir olgu olarak değerlendirmek mümkündür. Bilgi iletişim teknolojilerinde yaşanmakta olan bu gelişmeler bir yandan insanlığın işlerini kolaylaştırırken bir yandan da dünya üzerindeki sosyal, kültürel ve buna bağlı olarak toplumsal sınırların geçerliliğini zayıflattığı için dünyanın herhangi bir yerindeki olumsuzluğun (hoşgörüsüzlük, sorumsuzluk, madde bağımlılığı, şiddet) başka toplumlara süratle yayılmasına aracılık da etmektedir. Toplumlara yayılan bu olumsuzlukların gün geçtikçe artış gösteriyor olması toplumların ayakta kalmasını ve toplumları meydana getiren, insanların bir arada kenetlenerek kalmasını sağlayan o toplumun değerlerinin önemini akıllara getirmektedir.

Değerler, kavram olarak üzerinde birçok tartışmaların yapıldığı bir konudur. Yapılan birçok tartışmaya rağmen bu kavramın açıklanmasına dair netlik oluşmamıştır (Özgüven, 2011). Bu kavrama ilişkin karışıklığın giderilmeyişinde; değer kavramının iktisattan felsefeye, matematikten ilahiyata ve psikolojiden sosyolojiye kadar farklı bilim dalları tarafından kullanıldığı ve farklı yorumlara açık olmasının etkili olduğu ileri sürülebilir.

Hökelekli ve Gündüz (2007) değerleri konu edinen çeşitli sosyal bilim alanlarının tanımlamalarını esas alarak değerler hakkında ortak bir tanımlamada bulunmuştur. Bu tanımlamaya göre değerler; insanların davranışlarını yönlendirmede ve belirlemede, kendileri de dâhil olmak üzere, insanları ve olayları değerlendirmede kullandıkları kıstaslar, ideal ve arzu edilen davranış veya yaşam biçimlerini ifade eden, belirli somut koşulları ve nesneleri aşan üst-düzey kavramlar veya doğru kararlara ulaşmasında bireylere yardımcı olan genel ilkelerdir. Bu ilkelerin bireylere kazandırılması bir yandan onun toplumsallaşmasına destek olurken bir yandan da toplumun devamlılığına katkı sağlamış olmaktadır. Aktepe'ye (2010) göre, bu ilkelerin kazandırıldığı ilk ortam ailedir. Aile kurumu içerisinde kazanılmaya başlayan bu ilkeler çevre yaşantısı içinde gelişir ve okul yaşantısı içerisinde devam eder. Bireyin bu ilkeleri kazanmasındaki ve kazanılan bu ilkelerin sürekliliğinde okul önemli bir paya sahiptir.

Okullar, bireyin ruhen ve bedenen sağlıklı olarak içinde bulunduğu toplumun amaçlarına uygun, toplumun devamlılığı için ihtiyaç duyacağı teknik ve ekonomik gelişmeleri özümseyecek ve devletin temsil ettiği ulusun; ulus olarak varlığını sürdürebilmesi için ulusal ülkülerle donatılmış bireyler yetiştirmeyi hedef edinmiş kurumlardır (Binbaşıoğlu, 1991). Okulların benimsemiş olduğu bu hedeflerin

başarıya ulaşabilmesi için okullara ait ders programlarının ve öğretim yöntemlerinin toplum açısından uygun ve onunla ilişkili olması gerekmektedir (Gutek, 2011). Günümüzde öğretim programlarının her öğrencinin kendine özgü olduğu düşüncesini vurguladığı görülmektedir. Sosyal Bilgiler öğretim programı da her öğrencinin kendine özgü olduğunu vurgulamakta ve öğrencilerin etkin olduğu bir öğrenme-öğretme süreci sunmaktadır. Yapılandırmacılık anlayışı ön planda tutularak hazırlanmış olan Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı kazanım, öğrenme alanı, beceri, kavram ve değer öğretimi gibi öğeleri kapsamaktadır. Programda yer alan bu öğeler içerisinde değerlerin önemli bir yeri olduğu söylenebilir (Ata, 2007; Yalar, 2010).

Değerler eğitiminin sağlıklı bir şekilde yürütülebilmesi için programda belirtilen değer eğitim yaklaşımlarını ve gerektiğinde bunları tamamlayabilecek olan yöntem, strateji, araç-gereç kullanımı -soyut kavram olan değerlerin somutlaştırılabilmesi için kullanılabilen- ve hedef kitledeki öğrencilerin; gelişim özelliklerini, öğrenme tarzlarını, değer öğretimi için hazır bulunuşluk düzeylerini, ilgi, ihtiyaç ve beklentilerini göz önünde bulundurmak değerlerin öğrencilerce kazanılmasını kolaylaştıracaktır (Aktepe, 2010). Başaran'ın (2004) da belirttiği gibi bireyin sahip olduğu değerler hakkındaki güvenilir bilgilerini dikkate almadan o bireyin çeşitli problemlerini belirlemek, anlamak ve yorumlamak, onun bu konuda çözümler üretebilir hale gelmesini sağlamak oldukça zordur (Akt. Kunduroğlu, 2010). Bu bağlamda Sosyal Bilgiler Öğretim Programında yer alan değerlerin öğrenciler tarafından nasıl algılandığının belirlenmesi gerekmektedir.

Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, Sosyal Bilgiler 6 ve 7. Sınıf Öğretim Programında yer alan estetik değerinin sekizinci sınıf öğrencileri tarafından nasıl algılandığı, metaforlar ve buna bağlı olarak oluşturulan metafor kategorilerinin neler olduğu ve bunların sosyo-ekonomik düzeye (SED) göre değişiklik gösterip göstermediğini belirlemektir.

YÖNTEM

Çalışmada sekizinci sınıf öğrencilerinin, Sosyal Bilgiler 6 ve 7. Sınıf Öğretim Programında yer alan estetik değerini nasıl algıladıklarını belirlemek amacıyla; mecazlar yoluyla veri toplama, görüşme ve doküman analizinden oluşan nitel araştırma teknikleri birlikte kullanılmıştır. Çalışmanın bu yönüyle üçgenleme (metot üçgenlemesi) şeklinde veri toplamaya uygun olduğu söylenebilir. Guion'a (2002) göre metot üçgenlemesi, çalışma için farklı metotların kullanımını içerir. Bu metotların kullanımına görüşme, gözlem, doküman analizinin değişim belirleme amaçlı aynı anda kullanılması örnek olarak verilebilir.

Araştırmanın Deseni

Araştırma nitel araştırma deseninde tarama modelinde gerçekleştirilmiştir. Tarama modeli, bir grubun özelliklerini belirlemek ya da geçmişte veya halen var olan bir durumu var olduğu şekliyle betimlemeyi amaçlayan araştırma yaklaşımıdır. Araştırmaya konu olan olay, birey ya da nesne, kendi koşulları içinde ve olduğu

© Çanakkale Onsekiz Mart University, Faculty of Education. All rights reserved.
© Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Eğitim Fakültesi. Bütün hakları saklıdır.

gibi tanımlanmaya çalışılır. Onları herhangi bir şekilde değiştirme, etkileme çabası içine girilmez. Önemli olan onu uygun bir şekilde gözleyip belirleyebilmektir (Karasar, 2010; Büyüköztürk, Kılıç-Çakmak, Akgün, Karadeniz ve Demirel, 2010).

Çalışma Gurubu

Araştırmanın çalışma gurubu Türkiye İstatistik Kurumu'nun (2012) sosyo-ekonomik düzey verileri göz önünde bulundurularak, 2011-2012 eğitim-öğretim yılı bahar döneminde Ankara ili merkez ilçelerden üst, orta ve alt sosyo-ekonomik düzeye sahip yerleşim yerlerinden maksimum çeşitlilik örnekleme yöntemiyle seçilmiş olan dokuz ilköğretim okulundaki; mecazlar (metafor) aracılığıyla veri toplamak için çalışmaya katılım gösteren üst sosyo-ekonomik düzeyden 200 (100 kız - 100 erkek), orta sosyo-ekonomik düzeyden 194 (104 kız - 90 erkek) ve alt sosyo-ekonomik düzeyden 208 (113 kız - 95 erkek) toplamda ise 602 (317 kız - 285 erkek) sekizinci sınıf öğrencisinden oluşmaktadır. Maksimum çeşitliliğe dayalı örneklem oluşturmada amaç, genelleme yapmak için bu çeşitliliği sağlamak değildir, tam tersine çeşitlilik gösteren durumlar arasında herhangi ortak ya da paylaşılan olguların olup olmadığını bulmaya çalışmak ve bu çeşitliliğe göre problemin farklı boyutlarını ortaya koymaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2006). Maksimum çeşitliliğe dayalı olan örnekleme yönteminin iki türlü yararından bahsedilebilir. Bunlardan ilki örnekleme ilişkin her durum kendine özgü boyutlarıyla derinlemesine tanımlanabilir. Diğeri ise farklı özellik gösteren durumlar arasında ortaya çıkabilecek ortak kategoriler belirlenebilir (Patton, 1987).

Veri Toplama Araçları

1. Mecazlar Yoluyla Veri Toplama Formu: Öğrencilerin Sosyal Bilgiler 6 ve 7. sınıf Öğretim Programında yer alan estetik değerine yükledikleri anlamlara ilişkin metaforları (mecaz) belirlemek amacıyla çeşitli araştırmacılar (Saban, 2004; 2008a; 2008b; 2009; Öztürk, 2007; Güven ve Güven, 2009; Aydın, 2010) tarafından kullanılan mecazlar yoluyla veri toplama formu kullanılmıştır. Metafor yani mecaz; bir şeyi başka bir şeye göre düşünme ve kavramları daha iyi anlamak için başvurulan insani akıl yürütmenin bir unsuru (Lakoff ve Johnson, 2010) olarak tanımlanmakla beraber, bireyin yüksek düzeyde soyut ve karmaşık bir olguyu açıklamada başvuracağı zihinsel imge olarak değerlendirilmektedir (Yob, 2003; Saban, 2004).

2. Doküman İncelemesi: Araştırmanın bir başka veri toplama aracı; metafor oluşturulan estetik değeriyle alakalı olarak öğrencilerin çizdikleri resim/karikatürlerden oluşan görsel dokümanlardır. Ersoy ve Türkkan (2010) görsel malzemelerin (karikatürlerin) öğrencilerin duygu ve düşüncelerini yansıttığını, yorumlama ve çözüm üretme becerilerini vurguladığını, Ersoy (2010) ise, karikatürlerin özellikle sosyal içerikli değer, norm ve kurallara ilişkin kazanımlarda bir durum belirleme aracı olarak kullanılabileceğini belirtmektedirler. Araştırmacılar için bu şekilde ön bilgiler sunan görsel malzemeler, yapılacak olan nitel araştırmalar için veri toplama aracı olarak kullanılabilir. Literatürde yer alan bilgiler, yazılı materyaller ile birlikte görsel materyallerinde de nitel araştırmalar kapsamında doküman incelemesinin alanına girebileceğinden ve nitel araştırmalarda veri toplama aracı olarak kullanılabileceğinden bahsetmektedir. Bu şekilde bahsi

geçen görsel materyaller tek başlarına nitel bir araştırmanın veri kaynağını oluşturabileceği gibi gözlem, görüşme ve doküman incelemesi gibi veri toplama yöntemleri ile de ek veri kaynağı olarak kullanılabilirler (Yıldırım ve Şimşek, 2006).

3. Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu: Araştırmanın diğer veri toplama aracı ise veri toplama formunda yer alan estetik değerine ilişkin öğrencilerle yapılmış olan yarı yapılandırılmış görüşmedir. Yarı yapılandırılmış görüşmede görüşmeci, genel olarak önceden hazırladığı soruların dışına pek çıkmadan sorularını yöneltir. Ama öğrencilerin verdiği cevaplar doğrultusunda -yine hazırlamış olduğu sorular doğrultusunda- görüşülen kişilerin bakış açılarını ortaya çıkarmada daha derinlemesine bilgi sahibi olmak amacıyla ek sorular sorma özgürlüğüne sahiptir (Glesne, 2012; Kuş, 2012).

Verilerin Toplanması

Verilerin toplanması süreci "uygulama aşaması 1" ve "uygulama aşaması 2" şeklinde gerçekleştirilmiştir.

Uygulama Aşaması 1 (Mart – Mayıs, 2012): Çalışmanın birinci uygulama aşamasında her bir öğrenciye, estetik değeriyle alakalı metafor formu dağıtılmıştır. Çalışmaya başlamadan önce araştırmacılar kendilerini ve araştırmayı yapma amaçları hakkında kısa bilgiler sunmuşlardır. Çalışmanın nasıl yapılacağı konusuna geçmeden evvel, öğrencilere verilen formda yer alan yönerge okunarak araştırma konusunda bilgilenmeleri amaçlanarak çalışmaya başlanmıştır. Elde edilen veriler araştırmacılar tarafından sosyo-ekonomik düzeylerine göre ayrılarak, öğrenciler tarafından estetiğe ilişkin oluşturdukları metaforlar, gerekçeleri ve o gerekçeye ve değere uygun olarak çizdikleri resim/karikatürler bir alan uzmanı eşliğinde gözden geçirilmiş ve benzer resim/karikatür çizenler, farklı resim/karikatür çizenler ve hiç resim/karikatür çizmeyenler belirlenmiştir. Bu belirlemelerde; resim ve karikatürlerin öğrenciler tarafından özenle çizilip çizilmediği, anlaşılabilirliği, oluşturulan metaforun gerekçesini yansıtıp yansıtmadığı vb. etkenler uzmanlar tarafından görüş birliği göz önünde bulundurularak yapılmıştır.

Uygulama Aşaması 2 (Mayıs – Haziran, 2012): Araştırmanın ikinci uygulama aşaması olan görüşmeye başlamadan önce araştırmalar; her sosyo-ekonomik düzeyden estetik değerine ilişkin benzer, farklı ve hiç resim çizmeyenlerden en az bir görüşme yapmak için maksimum çeşitlilik örnekleme yöntemine uygun olarak katılımcı belirlemişlerdir. Bu belirleme sonrasında araştırmacılar, öğrencilerle okuldaki müsait bir ortamda bir araya gelmiş ve ortak bir açıklama yapmıştır. Bu açıklamada; öğrencilere, yapılacak olan görüşmenin çalışmanın bir devamı niteliğinde olduğu, katılıp katılmama konusunda özgür oldukları, istedikleri zaman görüşmeyi bırakabilecekleri ve katılmak istemeleri halinde yapılan görüşmenin ses kayıt cihazı ile kayıt altına alınacağı hususlarında bilgilendirmeler yapılmıştır. Daha sonra öğrencilerin estetik değeri hakkında oluşturdukları metaforlar daha derinlemesine incelenmek amacıyla öğrenciler tek tek görüşme mekânına alınmıştır. Burada öğrencilere ilgili değerle alakalı neler düşündükleri sorulmuştur. Öğrencilerle yapılan görüşmede; ilgili değere ilişkin benzer resim/karikatür çizenlerden bir görüşme, farklı resim/karikatür çizenlerden

© Çanakkale Onsekiz Mart University, Faculty of Education. All rights reserved.
© Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Eğitim Fakültesi. Bütün hakları saklıdır.

bir görüşme ve o değere ilişkin hiç resim çizmeyenlerden bir görüşme olmak üzere toplam 12 adet görüşme yapılmıştır. Her bir görüşme yaklaşık 1-2 dk. sürmüştür. Görüşme yapmada genelde okulların fiziki şartlarına bağlı olarak sessiz ortamlar (idareci odası, kütüphane, öğretmenler odası vs.) tercih edilmiştir.

Verilerin Analizi ve Yorumlanması

Elde edilen verilerin analizinde içerik analizi kullanılmıştır. İçerik analizi insan davranışları üzerinde doğrudan olmayan yollarla çalışmaya imkân tanıyan ve özellikle sosyal bilimlerde sıklıkla kullanılan bir tekniktir (Büyüköztürk vd., 2010). İçerik analizinde amaç, toplanan verileri açıklayabilecek kavramlara ve ilişkilere ulaşmaktır. Strauss ve Corbin'e (1990) göre "kavramlar olmadan bilim var olamaz; kavramlar bizim olguları anlamamıza ve bu olgular üzerinde etkili düşünmemize yardımcı olur. Biz kavrama bir ad verdiğimiz zaman; o kavramla ilgili sorular sorabiliriz, o kavramı inceleyebiliriz ve başka kavramlarla ilişkilendirebiliriz". Kavramlar bizi temalara götürür ve temalar sayesinde olguları daha iyi düzenleyebilir ve daha anlaşılabilir hale getirebiliriz (Akt. Yıldırım ve Şimşek, 2006). Araştırma sonrasında elde edilen verilerin analizi ve yorumlanması süreci Saban'dan (2009) yararlanılarak aşağıdaki gibi beş aşamada gerçekleştirilmiştir.

1. Kodlama ve Ayıklama Aşaması: Metafor Kodlama ve Ayıklama Aşaması: Bu aşamada ilk olarak araştırmaya katılan katılımcıların ürettiği metaforlar Excel programında alfabetik sıraya dizilerek bir liste meydana getirilmiştir. Araştırmanın amacına göre katılımcıların yazılarında, metaforların belirgin bir şekilde ifade edilip edilmediğine bakılarak, her katılımcının formda dile getirdiği metafor kodlanmıştır. Sonrasında katılımcıların formları incelenerek; estetik değerine ilişkin metaforun yer aldığı ancak gerekçesi bulunmayan formlar(1), belirtilen değerin sadece tanımlanmasının yer aldığı formlar(2) ve belirtilen değere ilişkin herhangi bir metaforun gerçekleştirilmediği (boş bırakılan) formlar(3) işaretlenmiştir. Bu belirtilen gerekçelere dayanarak; estetik değeriyle alakalı üç SED'den 378 katılımcı tarafından belirlenen *"Estetik yüz bakımına estetik yaptırma gibidir. Çünkü kadınların yüz bakım yaptırması... (A, 181)", "Estetik cinselliğini değiştirmek gibidir. Çünkü... (O, 40)", "Estetik ... gibidir. Çünkü yaşlanmayı önlemek... (Ü, 26)"* gibi ifadelerin yer aldığı formlar ve 67 katılımcı tarafından boş bırakılan toplam 445 form, elenerek araştırma kapsamı dışında bırakılmıştır.

2.Örnek Metafor Derleme Aşaması: Bu aşamada "metafor analizi" (Saban, 2009) ve "içerik analizi" (Yıldırım ve Şimşek, 2006) teknikleri kullanılarak her metafor parçalara ayrıştırılmıştır. Bu aşamanın amacına göre katılımcıların yazdıkları metaforlar tekrar okunup gözden geçirilerek, her metaforda (1) benzeyen, (2) benzetilen ve (3) benzeyen ve benzetilen arasındaki bağıntı analiz edilmiştir. Katılımcıların zayıf yapılı zihinsel imgeleri içeren formlarının ayıklanmasından sonra estetik değeriyle alakalı alt SED'den 45 katılımcıdan toplam 37, orta SED'den 57 katılımcıdan toplam 38, üst SED'den 55 katılımcıdan toplam 41 adet geçerli metafor elde edilmiştir. Katılımcılara ait metafor formları yukarıdaki gibi elemeye (ayıklama ve derleme) tabi tutulduktan sonra elenen, boş bırakılan ve geçerli kabul edilen metafor formlarının nihai sonucu aşağıdaki tabloda ayrıntılı olarak sunulmuştur:

Tablo 1. ***Estetik Değerine Yönelik Oluşturulan Metafor Formlarının Ayıklama, Derleme ve Geçerli Kabul Edilme Sonrasındaki Sayıları***

		Sosyo-Ekonomik Düzey			Toplam
		Üst	Orta	Alt	
Form Durumu	**Boş**	14	15	38	**67**
	Geçersiz	131	122	125	**378**
	Geçerli	55	57	45	**157**
	Toplam	**200**	**194**	**208**	**602**

3.Kategori Geliştirme Aşaması: Bu aşamada katılımcılar tarafından formda yer alan ilgili değere yönelik geliştirilen metaforlar, katılımcıların oluşturdukları metaforun gerekçesine[3] bakılarak kategorilendirilmiştir. Kategori oluşturmada NVivo 10 paket programından yararlanılmıştır.

4.Geçerlik ve Güvenirliği Sağlama Aşaması: Araştırmanın geçerliği ve güvenirliği için, araştırmada ulaşılan kavramsal kategorilerin bünyesinde yer alan metaforların, söz konusu kavramsal kategorileri temsil edip etmediğini belirlemek amacıyla uzman görüşüne başvurulmuştur. Araştırmacılar tarafından oluşturulan katılımcılara ait metafor listeleri ve kavramsal kategorileri içeren listeler uzman tarafından incelenmiştir. Daha sonra uzmanın yaptığı eşleştirmeler ile araştırmacıların oluşturduğu kategoriler karşılaştırılmıştır. Karşılaştırmalarda görüş birliği ve görüş ayrılığı sayıları belirlenerek araştırmanın güvenirliği, Miles ve Huberman'ın (1994) formülü (Görüş Birliği/Görüş Birliği+Görüş Ayrılığı) kullanılarak hesaplanmıştır. Nitel araştırmalarda, uzman ve araştırmacı değerlendirmeleri arasındaki uyumun/uzlaşmanın %90 ve üzeri olduğu durumlarda arzu edilen düzeyde bir güvenilirlik sağlanmaktadır (Saban, 2009).

Tablo 2. ***Uzman Görüşü Sonrası Eşleştirilmesinde Değişiklik Yapılan Metaforlar, Kategorileri ve Bu Kategorilerin Yüzde Cinsinden Güvenirlik Değerleri***

SED	Uzman Görüşü Sonrasında Kategori Değişikliği Yapılan Metafor ve Sayısı	Yüzde (%)
Üst	İki metafor (*Bülent Ersoy*) 3. kategori ile, (*Manken*) 4. kategori ile eşleştirilerek değiştirildi.	95
Orta	Bir metafor (*Burun - Yüz Ameliyatı*) 4. kategori ile eşleştirilerek değiştirildi.	97
Alt	Bir metafor (*Ameliyat*) 3. kategori ile eşleştirilerek değiştirildi.	97

5.Verilerin Bilgisayar Ortamına Aktarılma Aşaması: Katılımcıların geliştirdikleri metaforlar kategorilere ayrıldıktan sonra, bütün veriler bilgisayar ortamına aktarılmıştır. Bu işlemlerden sonra, metaforların ve bulundukları

[3] Metafor kategorileri oluşturmada; katılımcıların geliştirdikleri metaforun kelime anlamı değil, metaforun gerekçesi dikkate alınmıştır.

© Çanakkale Onsekiz Mart University, Faculty of Education. All rights reserved.
© Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Eğitim Fakültesi. Bütün hakları saklıdır.

kategoriyi temsil eden katılımcıların sayısı (f) ve yüzdesi (%) hesaplanmıştır. Bu hesaplama tabloları ile birlikte oluşturulan metafor kategorilerini açıklamak için katılımcılar tarafından metaforun oluşturulma gerekçesini belirten ifadelerden yüksek frekansa sahip olanları temsil edenler aynen alınarak (*"..."* tırnak içinde) bulgular kısmına yerleştirilmiştir. Bu yerleştirmelerde katılımcılara ait kodlamalar (Ü1-O3-A4)[4] kullanılmıştır. Yerleştirilen ifadelerin ardından o katılımcı tarafından çizilmiş, daha önceden elemeye tabi tutulmuş resim/karikatürler, hem katılımcının oluşturduğu metaforu hem de bu metafora ait gerekçeyi desteklemesi açısından bulgular kısmına yerleştirilmiştir. Bu işlemden sonra araştırmanın ikinci aşaması olan görüşmeden elde edilen veriler, yukarıda bahsedilen araştırmanın birinci aşamasından elde edilmiş olan metafor gerekçelerini ve buna bağlı olarak öğrenci tarafından çizilmiş resim/karikatürleri desteklemesi için bulgular kısmında resim/karikatürden sonra gelecek şekilde yerleştirilmiştir.

BULGULAR

Tablo 3. ***Alt Sosyo-Ekonomik Düzeydeki Katılımcıların "Estetik" Değerine Yönelik Geliştirdikleri Metaforlar***

Sıra No	Metafor	(f)	%	Sıra No	Metafor	(f)	%
1	Ajda Pekkan	5	2.25	20	Güzellik	3	1.35
2	Ameliyat	1	0.45	21	Hamur	1	0.45
3	Bakım	1	0.45	22	İnsan Fiziği	1	0.45
4	Beden Değişikliği	1	0.45	23	İstanbul	1	0.45
5	Beyaz Boş Sayfa	1	0.45	24	Jimnastikçi	1	0.45
6	Bir Yapının Şeklini Değiştirmek	1	0.45	25	Kar Taneleri	1	0.45
7	Birey	1	0.45	26	Kitabın Kapağı	1	0.45
8	Bozulmuş Resim	1	0.45	27	Kuğu	1	0.45
9	Bukalemun	1	0.45	28	Moda	1	0.45
10	Bülent Ersoy	2	0.90	29	Oymacılık	1	0.45
11	Cilt Değişikliği	1	0.45	30	Oyun Hamuru	2	0.90
12	Çirkinleşme	1	0.45	31	Plastik	1	0.45
13	Değişmek	1	0.90	32	Rahatlık	1	0.45
14	Doktorlar	1	0.45	33	Renkler	1	0.45
15	El	1	0.45	34	Yalan	1	0.45
16	Gece	1	0.45	35	Yapay Güzellik	1	0.45
17	Gerçek Şelale	1	0.45	36	Yeni Bir Sayfa	1	0.45
18	Gökyüzü	1	0.45	37	Yüze Yapılan Botoks	1	0.45
19	Göze Hoş Gelen Şey	1	0.45				
					Toplam	45	100

Tablo 3 incelendiğinde, alt sosyo-ekonomik düzeydeki katılımcılar "estetik" değerine yönelik 37 adet metafor geliştirmişlerdir. Geliştirilen metaforların

[4] Ü = Üst, O = Orta ve A= Alt sosyo-ekonomik düzeyleri belirtmektedir.

tamamına yakını (33) yalnız bir katılımcı tarafından temsil edilmektedir. Geriye kalan 4 metafor ise 2 - 5 katılımcı tarafından temsil edilmektedir. Metafor başına düşen ortalama katılımcı sayısı yaklaşık olarak 1,2'dir. Bu değere ilişkin metaforların frekans dağılımına bakıldığında en sık kullanılanlar arasında "Ajda Pekkan" (f:5), "güzellik" (f:3) ve "oyun hamuru" (f:2) gelmektedir.

Tablo 4. ***Alt Sosyo-Ekonomik Düzeydeki Katılımcıların "Estetik" Değerine Yönelik Sahip Oldukları Metafor Kategorileri***

Sıra No	Kategori Adı	Metafor	Metafor Sayısı	Toplam Metafor
1	Göze Hitap Eden, Huzur Veren Hoş Bir Görüntü	Gerçek Şelale, Gökyüzü, Göze Hoş Gelen Şey, Güzellik, İstanbul, Jimnastikçi, Kar Taneleri, Kitabın Kapağı, Kuğu, Moda, Oymacılık, Rahatlık, Renkler	13	13
2	Amaca Göre Değişiklik Gösteren	Beden Değişikliği, Beyaz Boş Sayfa, Birey, Bukalemun, Değişmek, El, Hamur, Oyun Hamuru, Yeni Bir Sayfa	9	10
3	Kötülükleri Kapatan	Ameliyat, Bakım, Doktorlar, Gece, Güzellik, İnsan Fiziği, Plastik, Yüze Yapılan Botoks	8	8
4	Değiştirmeden Kaynaklı Olumsuzluk	Bir Yapının Şeklini Değiştirmek, Bozulmuş Resim, Cilt Değişikliği, Çirkinleşme, Güzellik, Yalan, Yapay Güzellik	7	7
5	Kadın Sanatçı	Ajda Pekkan, Bülent Ersoy	2	7

Tablo 4 incelendiğinde, alt sosyo-ekonomik düzeydeki katılımcıların "estetik" değerine yönelik geliştirdikleri metaforlar ortak özellikleri bakımından 5 kavramsal kategori altında toplanmıştır. Her metafor katılımcıların yaptıkları açıklamalar doğrultusunda metaforun kaynağını (gerekçesini) oluşturan düşünce kapsamında gruplandırılmıştır.

Kategori 1: Göze Hitap Eden, Huzur Veren Hoş Bir Görüntü

Tablo 4 incelendiğinde, "göze hitap eden, huzur veren hoş bir görüntü" kategorisinin toplam 13 metafor ve 13 katılımcı (% 5.85) şeklinde oluştuğu görülmektedir. Bu kategoride bulunan metaforların frekans dağılımlarına bakıldığında her metafor bir katılımcı tarafından temsil edilmektedir. Aşağıda katılımcıların "*göze hitap eden, huzur veren hoş bir görüntü*" kategorisini oluşturan metaforları neden geliştirdiklerine yönelik gerekçelerine yer verilmiştir.

© Çanakkale Onsekiz Mart University, Faculty of Education. All rights reserved.
© Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Eğitim Fakültesi. Bütün hakları saklıdır.

*"Estetik **gökyüzü** gibidir. Çünkü gökyüzü kusursuzdur bence. Huzur verir insana.*" **(A, 50)**

*"Estetik **gerçek şelale** gibidir. Çünkü insana sesiyle, varlığıyla, görüntüsüyle hiçbir şey yapmadan huzur verebilir. Estetiğin amacı bana göre şelaleler gibi huzur vermesidir.*" **(A, 92)**

Kategori 2: Amaca Göre Değişiklik Gösteren

Tablo 4 incelendiğinde, "amaca göre değişiklik gösteren" kategorisinin toplam 9 metafor ve 10 katılımcı (% 4.05) şeklinde oluştuğu görülmektedir. Bu kategoride bulunan metaforların frekans dağılımlarına bakıldığında en sık kullanılanı "oyun hamuru" (f:2)'dur. Aşağıda katılımcıların "*amaca göre değişiklik gösteren*" kategorisini oluşturan metaforları neden geliştirdiklerine yönelik gerekçelerine ve bazı katılımcılar tarafından geliştirdikleri metafora ait görüşmeye yer verilmiştir.

*"Estetik **oyun hamuru** gibidir. Çünkü oyun hamuruna istediğiniz şekli verebilirsiniz.*" **(A, 188)**

*"Estetik **beyaz boş sayfa** gibidir. Çünkü bu boş kâğıdı karalarsan kirlenir ve silindiğinde izi kalır. Fakat ince güzel bir yazıyla yazarsan güzel görünüp güzel okunur. Silindiğinde de izi kötü kalmaz...*" **(A, 5)**

"*Estetiği nasıl kullanacağını bilmezsen kötü kalır. Ama detaylara takılarak güzel bir seçme yaptığında her baktığında güzel görünür gözüne."* (*Görüşme A,5*).

Kategori 3: Kötülükleri Kapatan

Tablo 4 incelendiğinde, "kötülükleri kapatan" kategorisinin toplam 8 metafor ve 8 katılımcı (% 3.60) şeklinde oluştuğu görülmektedir. Bu kategoride bulunan metaforların frekans dağılımlarına bakıldığında her metafor bir katılımcı tarafından temsil edilmektedir. Aşağıda katılımcının "*kötülükleri kapatan*" kategorisini oluşturan metaforu neden geliştirdiğine yönelik gerekçesine ve yine aynı katılımcı tarafından geliştirdiği metafora ait resme / karikatüre yer verilmiştir.

*"Estetik **güzellik** gibidir. Çünkü kırışıklık, buruşukluk gibi sorunlar estetik ameliyatıyla giderilebilir. Güzellik ortaya çıkar.*" **(A, 15).** Estetik değerine ilişkin "güzellik" şeklinde metafor oluşturan katılımcının oluşturduğu metaforu ve metafor oluşturma gerekçesini destekler mahiyette çizdiği görsel aşağıda sunulmuştur.



Kategori 4: Değiştirmeden Kaynaklı Olumsuzluk

Tablo 4 incelendiğinde, "değiştirmeden kaynaklı olumsuzluk" kategorisinin toplam 7 metafor ve 7 katılımcı (% 3.15) şeklinde oluştuğu görülmektedir. Bu kategoride bulunan metaforların frekans dağılımlarına bakıldığında her metafor bir katılımcı tarafından temsil edilmektedir. Aşağıda katılımcının "*değiştirmeden kaynaklı olumsuzluk*" kategorisini oluşturan metaforu neden geliştirdiğine yönelik gerekçesine, yine aynı katılımcı tarafından geliştirdiği metafora ait resme / karikatüre ve görüşmeye yer verilmiştir.

"Estetik ***çirkinleşme*** *gibidir. Çünkü kendimize ait olan şeyleri değiştirirsek çirkin oluruz.*" **(A, 3)** Estetik değerine yönelik "çirkinleşme" şeklinde metafor oluşturan katılımcının oluşturduğu metaforu ve metafor oluşturma gerekçesini destekler mahiyette çizdiği görsel aşağıda sunulmuştur.



"Estetikle daha kötü şeyler meydana gelir. Mesela bir sorun yokken yaptırmaya kalkarsak daha kötü bir şey meydana gelebilir. İyi bir şey değildir."(*Görüşme A,3*).

Kategori 5: Kadın Sanatçı

Tablo 4 incelendiğinde, "kadın sanatçı" kategorisinin toplam 2 metafor ve 7 katılımcı (% 3.15) şeklinde oluştuğu görülmektedir. Bu kategoride bulunan metaforların frekans dağılımlarına bakıldığında en sık kullanılanı "Ajda Pekkan" (f:5)'dır. Aşağıda katılımcıların "*kadın sanatçı*" kategorisini oluşturan metaforları neden geliştirdiklerine yönelik gerekçelerine, bazı katılımcılar tarafından geliştirdikleri metafora ait resme / karikatüre ve görüşmeye yer verilmiştir.

"Estetik ***Ajda Pekkan*** *gibidir. Çünkü kadının her yerinde estetik var.*" **(A, 59)**

© Çanakkale Onsekiz Mart University, Faculty of Education. All rights reserved.
© Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Eğitim Fakültesi. Bütün hakları saklıdır.

*"Estetik **Bülent Ersoy** gibidir. Çünkü kadın mı erkek mi bilmiyoruz her yönden estetik yaptırmıştır."* **(A, 2)** Estetik değerine ilişkin "Bülent Ersoy" şeklinde metafor oluşturan katılımcının oluşturduğu metaforu ve metafor oluşturma gerekçesini destekler mahiyette çizdiği görsel aşağıda sunulmuştur.



"*Bülent Ersoy'un estetiğin sınırlarını bile geçtiği için, bunu magazin, televizyon, gazete gibi şeylerden gördüğüm ve duyduğum için estetik bana Bülent Ersoy'u hatırlatıyor .*"(*Görüşme A,2*)

Tablo 5. ***Orta Sosyo-Ekonomik Düzeydeki Katılımcıların "Estetik" Değerine Yönelik Geliştirdikleri Metaforlar***

Sıra No	Metafor	(f)	%	Sıra No	Metafor	(f)	%
1	Ajda Pekkan	8	4.56	20	Görsel Şölen	1	0.57
2	Allah'ın Verdiği Güzelliği Maymuna Benzetmek	1	0.57	21	Göz Güzelliği	1	0.57
3	Allah'ın Yarattığına Karşı Gelmek	1	0.57	22	Güzellik	2	1.14
4	Ameliyat	1	0.57	23	Kâğıt	1	0.57
5	Biblo	1	0.57	24	Kitabın Kapağı	1	0.57
6	Burun ve Yüz Ameliyatı	1	0.57	25	Kostüm	1	0.57
7	Bülent Ersoy	9	5.13	26	Mankenler	1	0.57
8	Çağatay Ulusoy	2	1.14	27	Maske	1	0.57

Tablo 5 (*devam*)

9	Çocuk	1	0.57	28	Mobilya	1	0.57
10	Dans	1	0.57	29	Onarım -Tamir Etme	1	0.57
11	Denizin Ortasında Bir Ada	1	0.57	30	Orman	1	0.57
12	Diksiyon	1	0.57	31	Performans Ödevi	1	0.57
13	Doğa	1	0.57	32	Thierry Henry	1	0.57
14	Doğal Olmayan Güzellik	1	0.57	33	Ressam	1	0.57
15	Doğayı Yok Etmek	1	0.57	34	Ronaldo'nun Çalımları	1	0.57
16	Doktor	1	0.57	35	Sezen Aksu	1	0.57
17	Evren	1	0.57	36	Ünlüler	2	1.14
18	Fabrika	1	0.57	37	Yapmacık Davranmak	1	0.57
19	Gergin Top	1	0.57	38	Yapmacıklık	2	1.14
					Toplam	57	100

Tablo 5 incelendiğinde, orta sosyo-ekonomik düzeydeki katılımcılar "estetik" değerine yönelik 38 adet metafor geliştirmişlerdir. Geliştirilen metaforların tamamına yakını (32) yalnız bir katılımcı tarafından temsil edilmektedir. Geriye kalan 6 metafor ise 2 - 9 katılımcı tarafından temsil edilmektedir. Metafor başına düşen ortalama katılımcı sayısı 1,5'tir. Bu değere ilişkin metaforların frekans dağılımına bakıldığında en sık kullanılanlar arasında "Bülent Ersoy" (f:9), "Ajda Pekkan" (f:8) ve "Güzellik" (f:2) gelmektedir.

Tablo 6. ***Orta Sosyo-Ekonomik Düzeydeki Katılımcıların "Estetik" Değerine Yönelik Sahip Oldukları Metafor Kategorileri***

Sıra No	**Kategori Adı**	**Metafor**	**Metafor Sayısı**	**Toplam Metafor**
1	Ünlü Olan Kişiler	Ajda Pekkan, Bülent Ersoy, Çağatay Ulusoy, Mankenler, Sezen Aksu, Ünlüler	6	23
2	İnsana Hoş Gelen	Biblo, Çocuk, Dans, Denizin Ortasında Bir Ada, Diksiyon, Doğa, Evren, Görsel Şölen, Göz Güzelliği, Güzellik, Kitabın Kapağı, Mobilya, Onarım -Tamir Etme, Orman, Thierry Henry, Ressam, Ronaldo'nun Çalımları	17	18

© Çanakkale Onsekiz Mart University, Faculty of Education. All rights reserved.
© Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Eğitim Fakültesi. Bütün hakları saklıdır.

Tablo 6 (*devam*)

3	Doğal Olanı Kapatan	Allah'ın Verdiği Güzelliği Maymuna Benzetmek, Doğal Olmayan Güzellik, Doğayı Yok Etmek, Kâğıt, Kostüm, Maske, Yapmacık Davranmak, Yapmacıklık	8	9
4	Cerrahi Müdahale	Allahın Yarattığına Karşı Gelmek, Ameliyat, Burun-Yüz Ameliyatı, Doktor, Gergin Top	5	5
5	Sorunsuz Olan	Fabrika, Performans Ödevi	2	2

Tablo 6 incelendiğinde, orta sosyo-ekonomik düzeydeki katılımcıların "estetik" değerine yönelik geliştirdikleri metaforlar ortak özellikleri bakımından 5 kavramsal kategori altında toplanmıştır. Her metafor katılımcıların yaptıkları açıklamalar doğrultusunda metaforun kaynağını (gerekçesini) oluşturan düşünce kapsamında gruplandırılmıştır.

Kategori 1: Ünlü Olan Kişiler

Tablo 6 incelendiğinde, "ünlü olan kişiler" kategorisinin toplam 6 metafor ve 23 katılımcı (% 13.11) şeklinde oluştuğu görülmektedir. Bu kategoride bulunan metaforların frekans dağılımlarına bakıldığında en sık kullanılanlar arasında "Bülent Ersoy" (f:9), "Ajda Pekkan" (f:8) ve "ünlüler" (f:2) gelmektedir. Aşağıda katılımcıların "*ünlü olan kişiler*" kategorisini oluşturan metaforları neden geliştirdiklerine yönelik gerekçelerine ve bazı katılımcılar tarafından geliştirdikleri metafora ait görüşmeye yer verilmiştir.

*"Estetik **Bülent Ersoy** gibidir. Çünkü çok fazla estetik ameliyatı geçirdi.*" **(O, 3)**

Bülent Ersoy'un birden fazla estetik ameliyatı olduğunu duyduğum için aklıma o geldi (*Görüşme O,3*).

*"Estetik **Ajda Pekkan** gibidir. Çünkü ülkemizdeki tüm estetik türlerini denemiş ve kendini çok değiştirmiştir.*" **(O, 50)**

*"Estetik **ünlüler** gibidir. Çünkü en çok estetiği ünlüler kullanıyor.*" **(O, 18)**

Kategori 2: İnsana Hoş Gelen

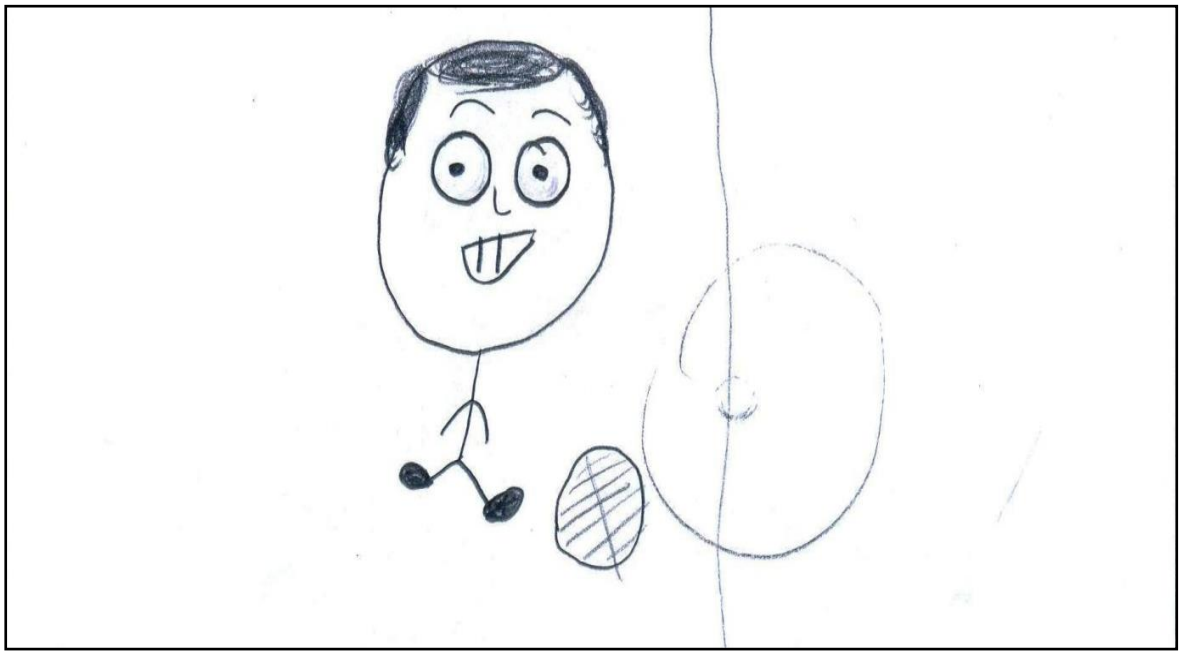
Tablo 6 incelendiğinde, "insana hoş gelen" kategorisinin toplam 17 metafor ve 18 katılımcı (% 10.26) şeklinde oluştuğu görülmektedir. Bu kategoride bulunan metaforların frekans dağılımlarına bakıldığında en sık kullanılanı "güzellik" (f:2)'tir. Aşağıda katılımcıların "*insana hoş gelen*" kategorisini oluşturan metaforları neden geliştirdiklerine yönelik gerekçelerine, bazı katılımcılar tarafından geliştirdikleri metafora ait resme / karikatüre ve görüşmeye yer verilmiştir.

*"Estetik **güzellik** gibidir. Çünkü hem estetik hem de güzellik göze hitap eden kavramlardır."* **(O, 8)** Estetik değerine ilişkin "güzellik" şeklinde metafor oluşturan başka bir katılımcının oluşturduğu metaforu ve metafor oluşturma gerekçesini destekler mahiyette çizdiği görsel aşağıda sunulmuştur.



"Estetik bence güzel bir şeydir. İnsanlar sevmedikleri fiziksel özelliklerini daha güzel görünmek için değiştirebiliyorlar. Bu güzel bir şey."(*Görüşme O,8*)

*"Estetik **Thierry Henry** gibidir. Çünkü çok estetik çalım atıyor."* **(O, 12)** Estetik değerine ilişkin "Thierry Henry" şeklinde metafor oluşturan katılımcının oluşturduğu metaforu ve metafor oluşturma gerekçesini destekler mahiyette çizdiği görsel aşağıda sunulmuştur.



© Çanakkale Onsekiz Mart University, Faculty of Education. All rights reserved.
© Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Eğitim Fakültesi. Bütün hakları saklıdır.

Bu futbolcunun çalım atması bence çok güzeldir. Çok güzel çalım atıyor (*Görüşme O,12*).

"Estetik ***çocuk*** *gibidir. Çünkü her çocuk güzel ve şirindir.*" **(O, 158)**

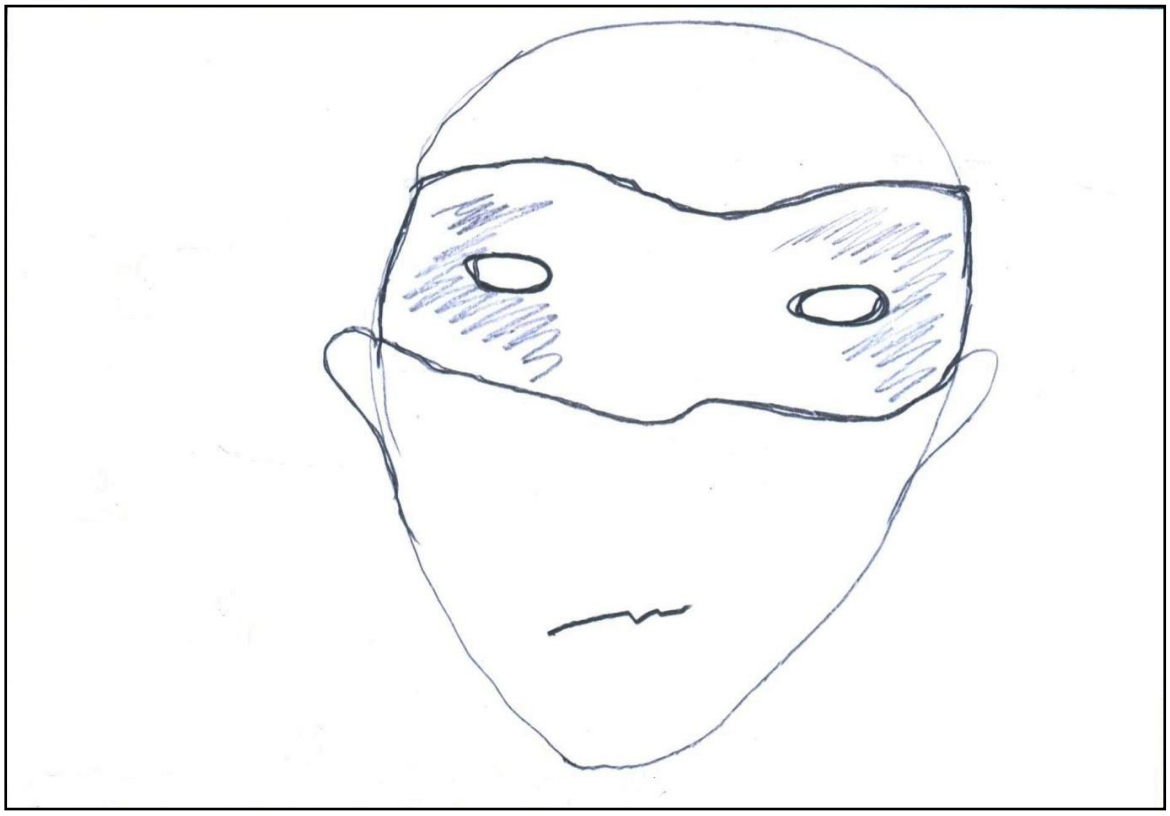
Kategori 3: Doğal Olanı Kapatan

Tablo 6 incelendiğinde, "doğal olanı kapatan" kategorisinin toplam 8 metafor ve 9 katılımcı (% 5.13) şeklinde oluştuğu görülmektedir. Bu kategoride bulunan metaforların frekans dağılımlarına bakıldığında en sık kullanılanı "yapmacıklık" (f:2)'tır. Aşağıda katılımcıların "*doğal olanı kapatan*" kategorisini oluşturan metaforları neden geliştirdiklerine yönelik gerekçelerine, bazı katılımcılar tarafından geliştirdikleri metafora ait resme / karikatüre ve görüşmeye yer verilmiştir.

"Estetik ***yapmacıklık*** *gibidir. Çünkü insanları kendi doğal güzelliklerinden uzaklaştırır.*" **(O, 7).**

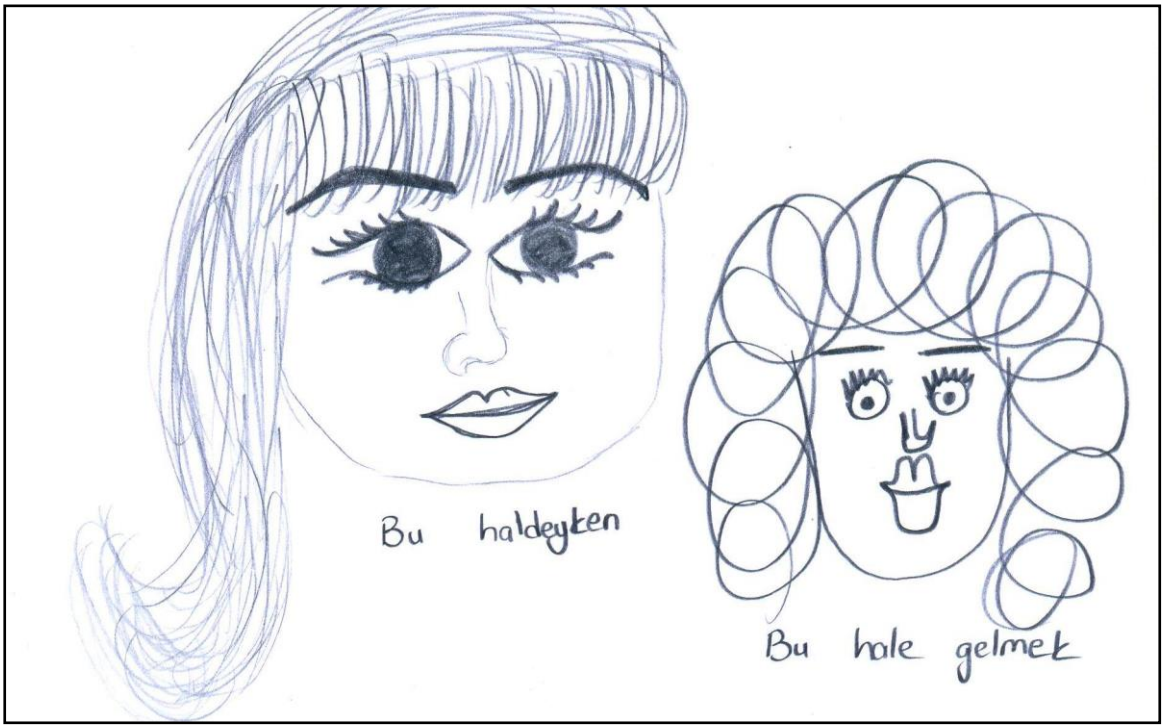
Aslında bazı varlıklar için güzel bir şey olabiliyor. Mesela bir vazo olduğunu düşünelim. Vazonun üzerinde ki desenleri çok güzel olabilir (*Görüşme O,7*).

"Estetik ***maske*** *gibidir. Çünkü estetik yaptırınca yüzümüz değişir. Maske takınca da gerçek yüzümüz kapanır.*" **(O, 95)** Estetik değerine yönelik "maske" şeklinde metafor oluşturan katılımcının oluşturduğu metaforu ve metafor oluşturma gerekçesini destekler mahiyette çizdiği görsel aşağıda sunulmuştur.



"Maske takınca kendi yüzümüzü değiştiriyoruz. Aynı estetik yaptırınca kendimiz olmaktan yani doğallıktan çıkarız." (*Görüşme O,95*)

*"Estetik **Allah'ın verdiği güzelliği maymuna benzetmek** gibidir. Çünkü Allah sana yakışanı vermiştir ve o güzelliği bozmak ahmaklıktır."* **(O, 169)** Estetik değerine yönelik "Allah'ın verdiği güzelliği maymuna benzetmek" şeklinde metafor oluşturan katılımcının oluşturduğu metaforu ve metafor oluşturma gerekçesini destekler mahiyette çizdiği görsel aşağıda sunulmuştur.



Kategori 4: Cerrahi Müdahale

Tablo 6 incelendiğinde, "cerrahi müdahale" kategorisinin toplam 5 metafor ve 5 katılımcı (% 2.85) şeklinde oluştuğu görülmektedir. Bu kategoride bulunan metaforların frekans dağılımlarına bakıldığında her metafor bir katılımcı tarafından temsil edilmektedir. Aşağıda katılımcının "*cerrahi müdahale*" kategorisini oluşturan metaforu neden geliştirdiğine yönelik gerekçesine yer verilmiştir.

*"Estetik **Allah'ın yarattığına karşı gelmek** gibidir. Çünkü kişinin kendi uzvundan memnun olmaması sonucu estetik ameliyatı olmasıdır."* **(O, 53)**

Kategori 5: Sorunsuz Olan

Tablo 6 incelendiğinde, "sorunsuz olan" kategorisinin toplam 2 metafor ve 2 katılımcı (% 1.14) şeklinde oluştuğu görülmektedir. Bu kategoride bulunan metaforların frekans dağılımlarına bakıldığında her metafor bir katılımcı tarafından temsil edilmektedir. Aşağıda katılımcıların "*sorunsuz olan*" kategorisini oluşturan metaforları neden geliştirdiklerine yönelik gerekçelerine yer verilmiştir.

*"Estetik **fabrika** gibidir. Çünkü ikisinde de her şey düzen ve uyum içindedir."* **(O, 9).**

*"Estetik **performans ödevi** gibidir. Çünkü her zaman düzenli ve estetik bir görünüme sahip olmak zorunda."* **(O, 11).**

© Çanakkale Onsekiz Mart University, Faculty of Education. All rights reserved.
© Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Eğitim Fakültesi. Bütün hakları saklıdır.

Tablo 7. ***Üst Sosyo-Ekonomik Düzeydeki Katılımcıların "Estetik" Değerine Yönelik Geliştirdikleri Metaforlar***

Sıra No	Metafor	(f)	%	Sıra No	Metafor	(f)	%
1	Ajda Pekkan	1	0.55	22	Güneş Sistemi	1	0.55
2	Ameliyat	3	1.65	23	Güzel Görünüm	1	0.55
3	Angelina Jolie	1	0.55	24	Güzellik	11	6.05
4	Araba	1	0.55	25	Hülya Avşar	1	0.55
5	Bir Eşyadaki Özel Yapılmış Yerler	1	0.55	26	Jennifer Lopez	1	0.55
6	Bir Heykeltıraşın Eserindeki Zarafet	1	0.55	27	Kuğu	1	0.55
7	Bir Resim Güzelliği	1	0.55	28	Manken	1	0.55
8	Bir Şeyi Geliştirmek	1	0.55	29	Müziğin Notalarla Oluşması	1	0.55
9	Bir Şeyin Olduğundan Farklılığı	1	0.55	30	Operasyon	2	1.10
10	Bitki	1	0.55	31	Oyun Hamuru	1	0.55
11	Botoks Yaptırma	1	0.55	32	Sanat Yapıtları	1	0.55
12	Bülent Ersoy	1	0.55	33	Sanatçı	1	0.55
13	Cennetten Kopan Bir Şey	1	0.55	34	Şıklık	1	0.55
14	Cetvel	1	0.55	35	Tabloyu Yapan Ressam	1	0.55
15	Davranış	1	0.55	36	Temizlik	1	0.55
16	Değişim	2	1.10	37	Yamuk	1	0.55
17	Doğa	1	0.55	38	Yamulma	1	0.55
18	Evrendeki Büyük Denge	1	0.55	39	Yemek	1	0.55
19	Farklı Biri Olmak	1	0.55	40	Yöresel Yemek	1	0.55
20	Geometrik Şekiller	1	0.55	41	Yüz Değişikliği	1	0.55
21	Görsellik	1	0.55				
					Toplam	55	100

Tablo 7 incelendiğinde, üst sosyo-ekonomik düzeydeki katılımcılar "estetik" değerine yönelik 41 adet metafor geliştirmişlerdir. Geliştirilen metaforların tamamına yakını (37) yalnız bir katılımcı tarafından temsil edilmektedir. Geriye kalan 4 metafor ise 2 - 11 katılımcı tarafından temsil edilmektedir. Metafor başına düşen ortalama katılımcı sayısı yaklaşık olarak 1,3'tür. Bu değere ilişkin metaforların frekans dağılımına bakıldığında en sık kullanılanlar arasında "güzellik" (f:11), "ameliyat" (f:3) ve "değişim" (f:2) gelmektedir.

Tablo 8. ***Üst Sosyo-Ekonomik Düzeydeki Katılımcıların "Estetik" Değerine Yönelik Sahip Oldukları Metafor Kategorileri***

Sıra No	Kategori Adı	Metafor	Metafor Sayısı	Toplam Metafor
1	İnsana Hoş Gelen	Bir Eşyadaki Özel Yapılmış Yerler, Bir Heykeltıraşın Eserindeki Zarafet, Bir Resim Güzelliği, Bitki, Cennetten Kopan Bir Şey, Doğa, Geometrik Şekiller, Görsellik, Güzel Görünüm, Güzellik, Kuğu, Müziğin Notalarla Oluşması, Sanat Yapıtları, Sanatçı, Şıklık, Yemek, Yöresel Yemek	17	27
2	İstenmeyeni Düzeltmek	Ameliyat, Bir Şeyi Geliştirmek, Botoks Yaptırma, Davranış, Değişim, Jennifer Lopez, Operasyon, Tabloyu Yapan Ressam, Temizlik, Yüz Değişikliği	10	14
3	Doğal Olanı Kapatan	Araba, Bir Şeyin Olduğundan Farklılığı, Bülent Ersoy, Farklı Biri Olmak	4	4
4	Ünlü Olan Birey	Ajda Pekkan, Angelina Jolie, Hülya Avşar, Manken	4	4
5	Kusursuz Olan	Cetvel, Evrendeki Büyük Denge, Güneş Sistemi	3	3
6	Uğraşınca Bozulan	Oyun Hamuru, Yamuk, Yamulma	3	3

Tablo 8 incelendiğinde, üst sosyo-ekonomik düzeydeki katılımcıların "estetik" değerine yönelik geliştirdikleri metaforlar ortak özellikleri bakımından 6 kavramsal kategori altında toplanmıştır. Her metafor katılımcıların yaptıkları açıklamalar doğrultusunda metaforun kaynağını (gerekçesini) oluşturan düşünce kapsamında gruplandırılmıştır.

Kategori 1: İnsana Hoş Gelen

Tablo 8 incelendiğinde, "insana hoş gelen" kategorisinin toplam 17 metafor ve 27 katılımcı (% 14.85) şeklinde oluştuğu görülmektedir. Bu kategoride bulunan metaforların frekans dağılımlarına bakıldığında en sık kullanılanı "güzellik"

© Çanakkale Onsekiz Mart University, Faculty of Education. All rights reserved.
© Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Eğitim Fakültesi. Bütün hakları saklıdır.

(f:11)'tir. Aşağıda katılımcıların "*insana hoş gelen*" kategorisini oluşturan metaforları neden geliştirdiklerine yönelik gerekçelerine yer verilmiştir.

*"Estetik **güzellik** gibidir. Çünkü estetik insan vücudunu güzelleştirir. Görüntüsü hoş olur.*" **(Ü, 32)**

*"Estetik **bir heykeltıraşın eserindeki zarafet** gibidir. Çünkü insanlar bir esere baktıklarında huzur bulursa ve göz zevkinin doruklarına ulaşırsa o eser estetiktir...*" **(Ü, 128)**

*"Estetik **kuğu** gibidir. Çünkü güzel bir görüntüsü ve zarif hareketleri vardır.*" **(Ü, 81)**

Kategori 2: İstenmeyeni Düzeltmek

Tablo 8 incelendiğinde, "istenmeyeni düzeltmek" kategorisinin toplam 10 metafor ve 14 katılımcı (% 7.70) şeklinde oluştuğu görülmektedir. Bu kategoride bulunan metaforların frekans dağılımlarına bakıldığında en sık kullanılanları "ameliyat" (f:3), "operasyon" (f:2) ve "değişim" (f:2)'dir. Aşağıda katılımcıların "*istenmeyeni düzeltmek*" kategorisini oluşturan metaforları neden geliştirdiklerine yönelik gerekçelerine ve bazı katılımcılar tarafından geliştirdikleri metafora ait görüşmeye yer verilmiştir.

*"Estetik **ameliyat** gibidir. Çünkü estetikte bir ameliyattır. Güzellik için yapılan ameliyat.*" **(Ü, 196).**

Estetik ameliyatı güzelleşmek için yapılıyor. Mesela bu ara televizyonlarda ve internette Hacettepe üniversitesinin yaptığı yüz nakli -yani başkasının yüzünü alıp başkasına takmaktan- bahsediliyor (*Görüşme Ü,196*).

*"Estetik **operasyon** gibidir. Çünkü sevmediğin veya beğenmediğin bir yeri yaptırmaktır.*" **(Ü, 160).**

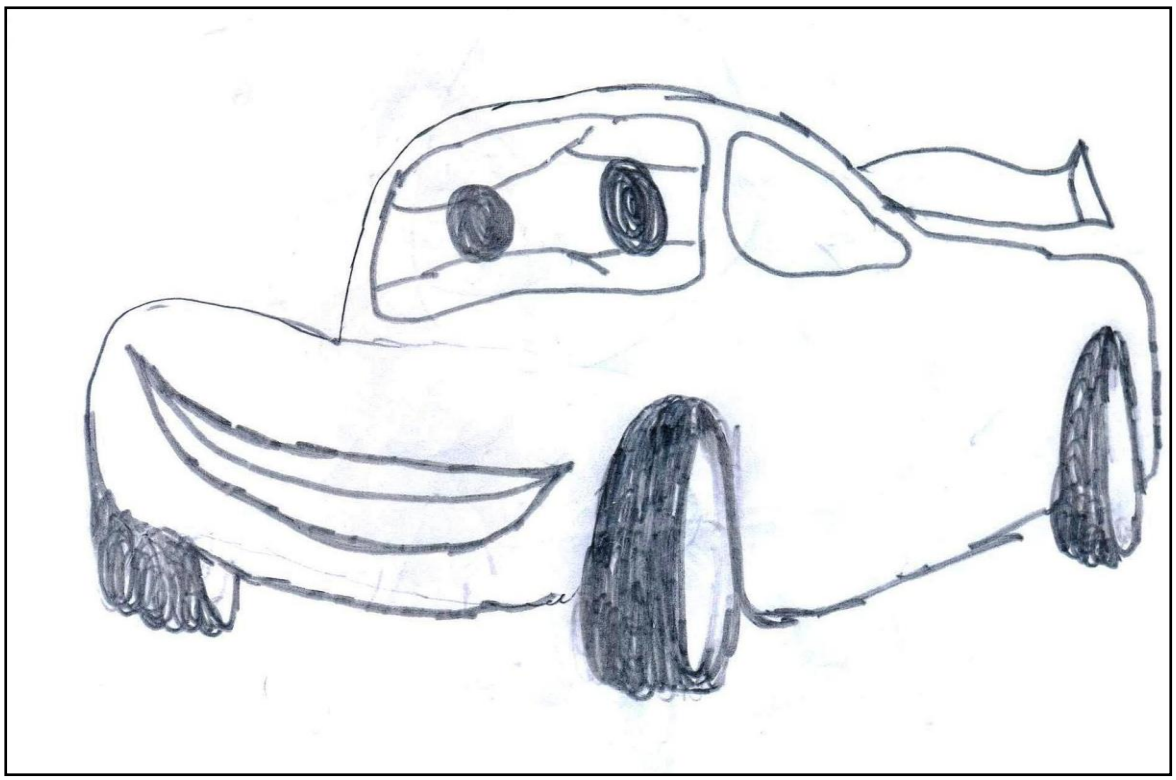
*"Estetik **Jennifer Lopez** gibidir. Çünkü birçok Lopez parasıyla estetik yaptırabiliyor. Burnunu, ağzını, gözünü sevmezse cerrahlara gidip her şeyini düzelttirebiliyor.*" **(Ü, 199).**

Bunların yaşları ilerledikçe burnunu, dudaklarını daha düzeltmeye çalışıyorlar. Doktorlara giderek belli bir miktar para vererek bunları yaptırmaya çalışıyorlar. Ben Jennifer Lopez'i görmedim. Ama böyle yaptığını filmlerinden ve televizyondaki reklamlarından gördüm (*Görüşme Ü,199*).

Kategori 3: Doğal Olanı Kapatan

Tablo 8 incelendiğinde, "doğal olanı kapatan" kategorisinin toplam 4 metafor ve 4 katılımcı (% 2.20) şeklinde oluştuğu görülmektedir. Bu kategoride bulunan metaforların frekans dağılımlarına bakıldığında her metafor bir katılımcı tarafından temsil edilmektedir. Aşağıda katılımcıların "*doğal olanı kapatan*" kategorisini oluşturan metaforları neden geliştirdiklerine yönelik gerekçelerine, bazı katılımcılar tarafından geliştirdikleri metafora ait resme / karikatüre ve görüşmeye yer verilmiştir.

*"Estetik **araba** gibidir. Çünkü durmadan modifiye yaparız. Orijinalliğinin üstüne.*" **(Ü, 7)** Estetik değerine yönelik "araba" şeklinde metafor oluşturan katılımcının oluşturduğu metaforu ve metafor oluşturma gerekçesini destekler mahiyette çizdiği görsel aşağıda sunulmuştur.



"*Arabanın göze daha şirin daha güzel gözükmesi için orijinalini sürekli değiştiririz. Üzerine sürekli modifiye yaparız."* (*Görüşme Ü,7*)

"Estetik ***Bülent Ersoy*** *gibidir. Çünkü güzel olsun derken, iyice batarsın. Önemli olan doğal güzelliktir.*" **(Ü, 12)**

Kategori 4: Ünlü Olan Birey

Tablo 8 incelendiğinde, "ünlü olan birey" kategorisinin toplam 4 metafor ve 4 katılımcı (% 2.20) şeklinde oluştuğu görülmektedir. Bu kategoride bulunan metaforların frekans dağılımlarına bakıldığında her metafor bir katılımcı tarafından temsil edilmektedir. Aşağıda katılımcının "*ünlü olan birey*" kategorisini oluşturan metaforu neden geliştirdiğine yönelik gerekçesine yer verilmiştir.

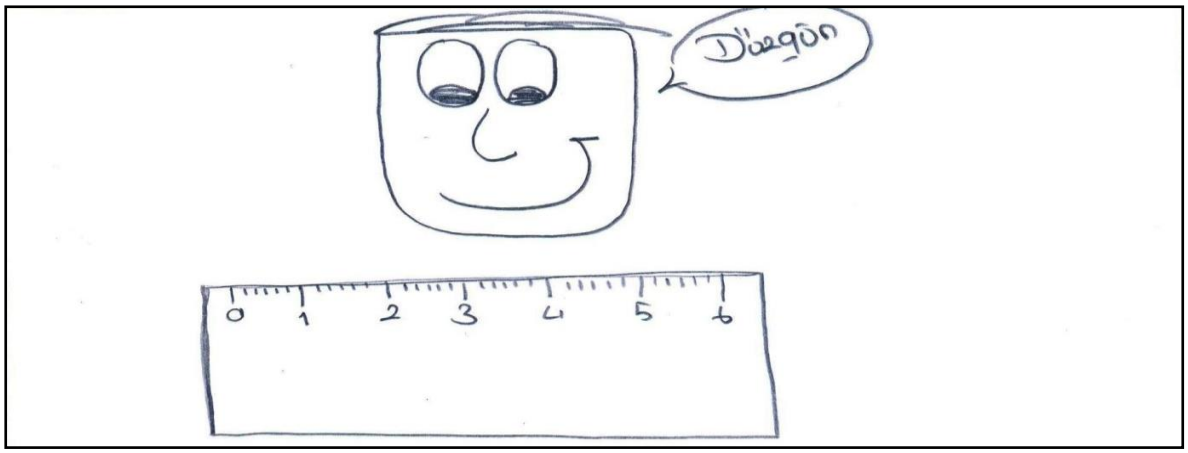
"Estetik ***Ajda Pekkan*** *gibidir. Çünkü Ajda'nın her yeri estetiktir. Estetik iyi bir şey değildir. Ben Ajda'nın yerinde olmak istemezdim.*" **(Ü, 21)**

Kategori 5: Kusursuz Olan

Tablo 8 incelendiğinde, "kusursuz olan" kategorisinin toplam 3 metafor ve 3 katılımcı (% 1.65) şeklinde oluştuğu görülmektedir. Bu kategoride bulunan metaforların frekans dağılımlarına bakıldığında her metafor bir katılımcı tarafından temsil edilmektedir. Aşağıda katılımcıların "*kusursuz olan*" kategorisini oluşturan metaforları neden geliştirdiklerine yönelik gerekçelerine ve bazı katılımcılar tarafından geliştirdikleri metafora ait resme / karikatüre yer verilmiştir.

"Estetik ***cetvel*** *gibidir. Çünkü her şey yerinde ve belli bir aralıklarda düzenlidir.*" **(Ü, 83)** Estetik değerine yönelik "cetvel" şeklinde metafor oluşturan katılımcının oluşturduğu metaforu ve metafor oluşturma gerekçesini destekler mahiyette çizdiği görsel aşağıda sunulmuştur.

© Çanakkale Onsekiz Mart University, Faculty of Education. All rights reserved.
© Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Eğitim Fakültesi. Bütün hakları saklıdır.



*"Estetik **güneş sistemi** gibidir. Çünkü estetik kelime anlamı olarak kusursuz bir görünüme sahip olmaktır. Güneş sistemi de kusursuz olarak yaratılmıştır..."* **(Ü, 84).**

Kategori 6: Uğraşınca Bozulan

Tablo 8 incelendiğinde, "uğraşınca bozulan" kategorisinin toplam 3 metafor ve 3 katılımcı (% 1.65) şeklinde oluştuğu görülmektedir. Bu kategoride bulunan metaforların frekans dağılımlarına bakıldığında her metafor bir katılımcı tarafından temsil edilmektedir. Aşağıda katılımcıların "*uğraşınca bozulan*" kategorisini oluşturan metaforları neden geliştirdiklerine yönelik gerekçelerine, bazı katılımcılar tarafından geliştirdikleri metafora ait resme / karikatüre ve görüşmeye yer verilmiştir.

*"Estetik **oyun hamuru** gibidir. Çünkü dokunduğunda yamulur."* **(Ü, 82)** Estetik değerine yönelik "oyun hamuru" şeklinde metafor oluşturan katılımcının oluşturduğu metaforu ve metafor oluşturma gerekçesini destekler mahiyette çizdiği görsel aşağıda sunulmuştur.



"*Estetik bence iyi bir şey değil. Müdahale etmeye gelmez. Anında bozulur bence. Dokunmamak, uğraşmamak gereklidir."* (*Görüşme Ü,82*).

"Estetik ***yamuk*** *gibidir. Çünkü estetik insanı yamultur.*" **(Ü, 146)** Estetik değerine yönelik "yamuk" şeklinde metafor oluşturan katılımcının oluşturduğu metaforu ve metafor oluşturma gerekçesini destekler mahiyette çizdiği görsel aşağıda sunulmuştur.



SONUÇ VE TARTIŞMA

Estetik değerine ilişkin katılımcıların geliştirdikleri metaforlara, buna bağlı olarak oluşturulan metafor kategorilerine ve katılımcılarca çizilen resim/karikatüre (O,8-O,12-Ü,83) bakıldığında; katılımcıların büyük bir çoğunluğunun estetiği *"insana hoş gelen, göze hitap eden hoş, sorunsuz ve kusursuz bir görüntü"* şeklinde algıladıkları görülmektedir. Buna bağlı olarak katılımcılarla yapılan görüşmelerde

© Çanakkale Onsekiz Mart University, Faculty of Education. All rights reserved.
© Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Eğitim Fakültesi. Bütün hakları saklıdır.

(*Görüşme O,12*) estetiğin "*Thierry Henry"* adlı futbolcuya benzetilmesi ve bu futbolcunun "*çok güzel çalım atıyor"* şeklinde değerlendirilmesi ve estetiğin *"gerçek şelaleye benzetilip, insana sesiyle, varlığıyla, görüntüsüyle hiçbir şey yapmadan huzur verebilir" (A,92)* şeklindeki ifadeler estetik değerinin özellikle duyuşsal manada SED farkı olmaksızın kazanıldığının bir göstergesi sayılabilir. Bu durum Akbaş (2004) tarafından yapılan çalışmada öğrencilerin SED farkı olmaksızın estetik değerine ulaşma düzeylerinin benzer olduğu yönündeki sonuçla örtüşmektedir.

Estetik değerine ilişkin bir başka sonuç ise; SED farkı gözetilmeksizin katılımcıların geliştirdikleri metaforlar ve çizmiş oldukları resim/karikatürler (A,3-O,95-O,169-Ü,7-Ü,82-Ü,146) den estetiği; "*doğal olanı kapatan, değiştirmeden kaynaklı olumsuzluk ve uğraşınca bozulan*" şeklinde cerrahi bir müdahale gibi yanlış olarak algılamalarıdır. Bu durum katılımcılarla yapılan görüşmelerdeki; (*Görüşme A,3-O,95-Ü,82*) "*Estetikle daha kötü şeyler meydana gelir. Mesela bir sorun yokken yaptırmaya kalkarsak daha kötü bir şey meydana gelebilir. İyi bir şey değildir", "Maske takınca kendi yüzümüzü değiştiriyoruz. Aynı estetik yaptırınca kendimiz olmaktan yani doğallıktan çıkarız"* ve *"Estetik bence iyi bir şey değil. Müdahale etmeye gelmez. Anında bozulur bence. Dokunmamak, uğraşmamak gereklidir"* şeklindeki ifadelerle de desteklenmektedir. Aslında bu sonuç; katılımcıların estetik değeriyle alakalı olarak yanlış algıya sahip olmalarında medya faktörünün etkili olduğunun bir göstergesidir. Çünkü medya, kültürün geniş kütlelere yayılması, aktarılması ve taşınmasında büyük rol üstlendiği gibi toplumdaki insanları yönlendiren kurumların da başında gelmektedir (Segall ve Schmidt, 2006; Tınaz, 2012). Bu yönlendirme işi normalde bireyleri bilgeliğe, meraka ve yaratıcılığa doğru sevk etmesi gerekirken günümüzde bunların tersi olarak bireyler özellikle de çocuklar, para kazanma hırsı, tiraj ve reyting uğruna yanlış yönlendirilmektedir (Saban, 2005). Çeşitli araştırmacılar (Tokdemir, 2007; Yalar, 2010 ve Yiğittir ve Keleş, 2011) tarafından, değer öğretiminde öğretmen görüşlerinin incelendiği çalışmalarda; öğretmenlerin değer öğretiminde medya araçlarının öğrencileri olumsuz yönde etkilemekte olduğu yönündeki sonuçları ve Yıldırım'ın (2009) yaptığı çalışmada öğretmenlerin; değer öğretimi konusunda medyanın bireyi yanlış yönlendirmesinin ve eğitim işlevini doğru bir şekilde yerine getirmemesinin değer öğretim sürecini zorlaştırdığı şeklindeki düşünceleri araştırmanın sonucuyla örtüşmesi bakımından önemlidir. Bu görüşü desteklemesi açısından SED farkı gözetilmeksizin katılımcılar (A,59-A,2-O,3-O,18-O,50-Ü,199-Ü,21) tarafından geliştirilen metaforlara (*Ajda Pekkan, Bülent Ersoy, Ünlüler, Jennifer Lopez*) ve çizilmiş olan resim/karikatürlere bakmak faydalı olacaktır. Katılımcıların ortaya koyduğu bu veriler ve onlarla yapılan görüşmelerdeki (*Görüşme A,2-Ü,199*) "*Bülent Ersoy'un estetiğin sınırlarını bile geçtiği için, bunu magazin, televizyon, gazete gibi şeylerden gördüğüm ve duyduğum için estetik bana Bülent Ersoy'u hatırlatıyor"* ve *"...yaşları ilerledikçe burnunu, dudaklarını daha düzeltmeye çalışıyorlar. Doktorlara giderek belli bir miktar para vererek bunları yaptırmaya çalışıyorlar. Ben Jennifer Lopez'i görmedim. Ama böyle yaptığını*

filmlerinden ve televizyondaki reklamlarından gördüm." şeklindeki ifadeler eğitim kurumlarınca kazandırılması hedeflenen değerler hakkında medyanın ne kadar yanlış algılamalara sebep olduğunun bir göstergesi sayılabilir.

KAYNAKLAR

Akbaş, O. (2004). *Türk milli eğitim sisteminin duyuşsal amaçlarının ilköğretim II.kademedeki gerçekleşme derecesinin değerlendirilmesi.* Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.

Aktepe, V. (2010). *İlköğretim 4. sınıf sosyal bilgiler dersinde "yardımseverlik" değerinin etkinlik temelli öğretimi ve öğrencilerin tutumlarına etkisi.* Yayımlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.

Ata, B. (2007). Sosyal bilgiler öğretim programı. İçinde, C. Öztürk (Ed.), *Hayat bilgisi ve sosyal bilgiler öğretimi yapılandırmacı bir yaklaşım.* (3.Baskı). Ankara: Pegem A. ss.71-83.

Aydın, F. (2010). Ortaöğretim öğrencilerinin coğrafya kavramına ilişkin sahip oldukları metaforlar. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimler Dergisi, 10*(3): 1313-1322.

Binbaşıoğlu, C. (1991). *Genel öğretim bilgisi, ilk ve orta dereceli okul öğretmenleri için öğretimde ilke, yöntem ve teknikler.* (6.Basım). Ankara: Kadıoğlu.

Büyüköztürk, Ş., Kılıç-Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2010). *Bilimsel araştırma yöntemleri.* (7. Baskı). Ankara: Pegem A.

Ersoy, A. (2010). İlköğretimde değer kazanımlarının incelenmesinde karikatür kullanımı: Dayanışma değeri örneği, *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi* Dergisi, *29*(2), 79-104.

Ersoy, A. F. ve Türkkan, B. (2010). İlköğretim öğrencilerinin çizdikleri karikatürlere yansıttıkları sosyal ve çevresel sorunların incelenmesi. *Eğitim ve Bilim, 35*(156), 96-109.

Glesne, C. (2012). *Nitel araştırmaya giriş*. A. Ersoy ve P. Yalçınoğlu (Çev. Ed.). Ankara: Anı.

Guion, L. A. (2002). *Triangulation: Establishing the validity of qualitative studies*. http://edis.ifas.ufl.edu/fy394, adresinden 03 Haziran 2012 tarihinde edinilmiştir.

Gutek, G. L. (2011). *Eğitimde felsefi ve ideolojik yaklaşımlar*. (3. Basım) (Çev. N. Kale). Ankara: Ütopya.

Güven, B. ve Güven, S. (2009). İlköğretim öğrencilerinin sosyal bilgiler dersinde metafor oluşturma becerilerine ilişkin nicel bir inceleme. *Kastamonu Eğitim Dergisi, 17*(2), 503-512.

Hökelekli, H. ve Gündüz, T. (2007). Üstün yetenekli çocukların değer yönelimleri ve eğitimleri. İçinde, R. Kaymakcan, S. Kenan, H. Hökelekli, Ş. Arslan ve M. Zengin (Ed.), *Değerler ve eğitimi uluslararası sempozyumu.* İstanbul: DEM. ss. 371-396.

Karasar, N. (2010). *Bilimsel araştırma yöntemi*. (21. Baskı). Ankara: Nobel.

© Çanakkale Onsekiz Mart University, Faculty of Education. All rights reserved.
© Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Eğitim Fakültesi. Bütün hakları saklıdır.

Kunduroğlu, T. (2010). *4. sınıf fen ve teknoloji dersi öğretim programıyla bütünleştirilmiş "değerler eğitimi" programının etkililiğinin incelenmesi.* Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Ankara.

Kuş, E. (2012). *Nicel-nitel araştırma teknikleri*. (4. Baskı). Ankara: Anı.

Lakoff, G. ve Johnson, M. (2010). *Metaforlar, hayat, anlam ve dil*. (Çev. G. Y. Demir). (2. Baskı). İstanbul: Paradigma.

Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE.

Özgüven, İ. E. (2011). *Psikolojik testler.* Ankara: PDREM.

Öztürk, Ç. (2007). Sosyal bilgiler, sınıf ve fen bilgisi öğretmen adaylarının *'coğrafya'* kavramına yönelik metafor durumları, *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD), 8*(2),55-69.

Patton, M. Q. (1987). How to Use Qualitative Methods in Evaluation. Newbury Park: SAGE.

Saban, A. (2004). Giriş düzeyindeki sınıf öğretmeni adaylarının "öğretmen" kavramına ilişkin ileri sürdükleri metaforlar, *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi, 2*(2), 131-155.

Saban, A. (2008a). İlköğretim I. kademe öğretmen ve öğrencilerinin bilgi kavramına ilişkin sahip oldukları zihinsel imgeler, *İlköğretim Online, 7*(2), 421-455.

Saban, A. (2008b). Okula ilişkin metaforlar. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi,* 55, 459-496.

Saban, A. (2009). Öğretmen adaylarının öğrenci kavramına ilişkin sahip oldukları zihinsel imgeler. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi, 7*(2), 281-326.

Segall, A. & Schmidt, S. (2006). Reading the newspaper as a social text. *Social Studies, 97*(3), 91-99.

Tınaz, N. (2012). Medya, din ve kültür. Değerler Eğitim Merkezi. [DEM]. *Lisans seminerleri ve lisansüstü atölye çalışmaları,* 2012-2013 Güz- Bahar, İstanbul:DEM.Web.http://www.dem.org.tr/atolye_calismalari_tanitim_kitapcik.pdf, adresinden 04 Şubat 2013 tarihinde edinilmiştir.

Tokdemir, M. A. (2007). *Tarih öğretmenlerinin değerler ve değer eğitimi hakkındaki görüşleri.* Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Trabzon.

Türkiye İstatistik Kurumu [TÜİK]. (2012). *Ankara ili merkez ilçelerine ait gelişmişlik düzeyi verileri*. Veriler Türkiye İstatistik Kurumu'ndan elektronik posta yoluyla elde edilmiştir.

Yalar, T. (2010). *İlköğretim sosyal bilgiler programında değerler eğitiminin mevcut durumunun belirlenmesi ve öğretmenlere yönelik bir program modülü geliştirme.* Yayımlanmamış Doktora Tezi, Mersin Üniversitesi, Mersin.

Yıldırım, K. (2009). Values education experiences of Turkish class teachers: A phenomonological approach. *Eurasian Journal Of Educational Research,* 35, 165-184.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2006). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (6. Baskı). Ankara: Seçkin.

Yiğittir, S. ve Keleş, H. (2011). Sosyal bilgiler dersinde değer eğitimine ilişkin sınıf öğretmenlerinin görüşleri, *Milli Eğitim*, Sayı: 189, 144-154.

Yob, I. M. (2003). Thinking constructively with metaphors. *Studies in Philosophy and Education, 22,* 127-138.

© Çanakkale Onsekiz Mart University, Faculty of Education. All rights reserved.
© Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Eğitim Fakültesi. Bütün hakları saklıdır.