

T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
İLKÖĞRETİM ANABİLİM DALI
SOSYAL BİLGİLER EĞİTİMİ BİLİM DALI

SOSYAL BİLGİLER DERSİNDE BİLİNÇLİ TÜKETİCİLİK
EĞİTİMİNE İLİŞKİN BİR EYLEM ARAŞTIRMASI

İbrahim AKTAŞLI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Danışman
Dr. Öğr. Üyesi İlker DERE

Konya–2019

T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
İLKÖĞRETİM ANABİLİM DALI
SOSYAL BİLGİLER EĞİTİMİ BİLİM DALI

SOSYAL BİLGİLER DERSİNDE BİLİNÇLİ TÜKETİCİLİK
EĞİTİMİNE İLİŞKİN BİR EYLEM ARAŞTIRMASI

İbrahim AKTAŞLI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Danışman
Dr. Öğrt. Üyesi İlker DERE

Konya–2019

BİLİMSEL ETİK SAYFASI

 KONYA	T.C. NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürlüğü	 NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
---	---	---

BİLİMSEL ETİK SAYFASI

Öğrencinin	Adı Soyadı	İbrahim AKTAŞLI
	Numarası	18830204101
	Ana Bilim Dalı	İlköğretim Ana Bilim Dalı
	Bilim Dalı	Sosyal Bilgiler Eğitimi Bilim Dalı
	Programı	Tezli Yüksek Lisans
	Tezin Adı	Sosyal Bilgiler Dersinde Bilinçli Tüketecilik Eğitimiine İlişkin Bir Eylem Araştırması

Bu tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadarki bütün süreçlerde bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini, tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atıf yapıldığını bildiririm.

12.10.2019

İbrahim AKTAŞLI






YÜKSEK LİSANS TEZİ KABUL FORMU

 KONYA	T.C. NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürlüğü	 NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
--	---	---

YÜKSEK LİSANS TEZİ KABUL FORMU

Öğrencinin	Adı Soyadı	İbrahim AKTAŞLI
	Numarası	18830204101
	Ana Bilim Dalı	İlköğretim Ana Bilim Dalı
	Bilim Dalı	Sosyal Bilgiler Eğitimi Bilim Dalı
	Programı	Tezli Yüksek Lisans
	Tez Danışmanı	Dr. Öğr. Üyesi İlker DERE
	Tezin Adı	Sosyal Bilgiler Dersinde Bilinçli Tüketici Eğitimine İlişkin Bir Eylem Araştırması

Yukarıda adı geçen öğrenci tarafından hazırlanan Sosyal Bilgiler Dersinde Bilinçli Tüketici Eğitimine İlişkin Bir Eylem Araştırması başlıklı bu çalışma 02/10/2019 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda oybirliği/oyçokluğu ile başarılı bulunarak, jürimiz tarafından yüksek lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

	Ünvanı Adı Soyadı	İmza
Danışman	Dr. Öğr. Üyesi İlker DERE	
Jüri Üyesi	Prof. Dr. Cemal Güven	
Jüri Üyesi	Dr. Öğr. Üyesi Servet ÜZTEMUR	

ÖNSÖZ VE TEŞEKKÜR

Tarihsel sürecin her anında devam eden tüketim faaliyeti, insanların tüm yaşamını kuşatarak, ayrıcalıklı ve süreklilik arz eden bir konuma ulaşmıştır. Tüketim faaliyetinin ulaştığı bu ayrıcalıklı konum, tüketicinin bilinçlenmesi hususunu daha önemli hale getirmiştir. Atasözlerinde bile bilinçli tüketimin önemine vurgular yapılmıştır. Örneğin; Bir Türk atasözünde, "Al malın iyisini, çekme kaygısını." denmektedir. Bu söz bize, alışveriş yaparken bilinçli hareket edilmesinin önemini ifade etmektedir. Yine başka bir Türk atasözünde, "Hilekârdan yumurta alan, içinde sarısını bulamaz." denerek tüketicilerin doğru yerlerden alışveriş yapması gerektiğinin önemi vurgulanmıştır. Bu birkaç örnek bile bizlere, bir tüketici olarak bilinçli hareket etmenin ve gerektiğinde tüketici haklarını etkin kullanmanın önemini ortaya koymaktadır.

Bu çalışmada gerek bilinçli tüketime dikkat çekmek gerekse bilinçli tüketicilik eğitimine okullarda daha fazla yer verilmesine, tüketicilik ile ilgili ders içeriklerinin yeniden düzenlenmesine ve yeni araştırmalara katkı sağlamak amaçlanmıştır. Bu amaçla 5. sınıf öğrencilerine eylem araştırması kapsamında bilinçli tüketicilik eğitimi verilmiştir.

Yüksek lisans tezimin her aşamasını bilgi ve tecrübeleriyle yönetip, yönlendiren değerli tez danışmanım Dr. Öğr. Üyesi İlker DERE'ye, Prof. Dr. Cemal GÜVEN'e, Dr. Öğr. Üyesi Servet ÜZTEMUR'a, yüksek lisans öğrencileri Betül GÖKÇINAR, Şerife Nur AKDENİZ ve Muhammet YAVUZAY'a ve eğitim hayatım boyunca her zaman yanımda olan ve hep desteklerini hissettiğim aileme teşekkür ediyorum.

İbrahim AKTAŞLI

Konya

		T.C. NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürlüğü			
Öğrencinin	Adı Soyadı	İbrahim Aktaşlı			
	Numarası	18830204101			
	Ana Bilim Dalı	İlköğretim Anabilim Dalı			
	Bilim Dalı	Sosyal Bilgiler Eğitimi Bilim Dalı			
	Programı	Tezli Yüksek Lisans			
	Tez Danışmanı	Dr. Öğr. Üyesi İlker DERE			
	Tezin Adı	Sosyal Bilgiler Dersinde Bilinçli Tüketici Eğitimine İlişkin Bir Eylem Araştırması			

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, 5. sınıf sosyal bilgiler öğretimi bağlamında bilinçli tüketici eğitime yönelik öğretim etkinlikleri tasarlayarak bu etkinlikleri uygulamak ve bu etkinliklerin 5. sınıf öğrencilerinin bilinçli tüketici ile ilgili bilgi, algı ve farkındalığını arttırmada ve bu konudaki kavram yanlışlarını gidermedeki etkililiğini ortaya koymaktır. Çalışma, nitel araştırma yöntemlerinden eylem araştırması desenine göre tasarlanmıştır. Amaçlı örneklem yöntemine göre belirlenen çalışma grubunda, Konya ilinde hizmet veren bir devlet ortaokulunda öğrenim gören 23 öğrenci yer almıştır. Çalışmanın verileri; ön bilgi değerlendirme ve son bilgi değerlendirme formları, öğrencilerle yapılan yapılandırılmış görüşmeler, öğretmen gözlemleri, etkinlikler ve ders video kayıtlarından toplanmıştır. Toplanan veriler, içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmiştir. Araştırma sürecinde öncelikle ön bilgi değerlendirme formu uygulanmış ve öğrencilerin bilinçli tüketici konuları hakkındaki bilgileri tespit edilmiştir. Daha sonra öğrencilerin eksik ya da yanlış bilgileri dikkate alınarak, bilinçli tüketici konuları ile ilgili etkinlikler yapılmıştır. Araştırma sonuçları, yapılan etkinliklerin öğrencilerin bilinçli tüketici konularını

daha iyi öğrenmelerinde ve kavram yanlışlarının gidermelerinde katkı sağladığını göstermiştir.

Anahtar Kelimeler: Eğitim, sosyal bilgiler, ortaokul öğrencileri, bilinçli tüketicilik, tüketici hakları.





Öğrencinin	Adı Soyadı	İbrahim Aktaşlı
	Numarası	18830204101
	Ana Bilim Dalı	İlköğretim Anabilim Dalı
	Bilim Dalı	Sosyal Bilgiler Eğitimi Bilim Dalı
	Programı	Tezli Yüksek Lisans
	Tez Danışmanı	Dr. Öğr. Üyesi İlker DERE
	Tezin Adı	Sosyal Bilgiler Dersinde Bilinçli Tüketici Eğitimine İlişkin Bir Eylem Araştırması

SUMMARY

The aim of this study is to design and implement educational activities for conscious consumer education in the context of 5th grade social studies education and to demonstrate the effectiveness of these activities in increasing the knowledge, perception, and awareness of 5th grade students and eliminating misconceptions about this issue. The study was designed according to the action research design, one of the qualitative research methods. 23 students studying in a public secondary school in Konya were included in the study group which was determined according to the purposive sampling method. The data of the study were collected from preliminary information assessment and final information assessment forms, structured interviews with students, teacher observations, course activities and video recordings. The collected data were evaluated by the content analysis method. During the research process, a preliminary information evaluation form was applied and students' knowledge about conscious consumerism issues was determined. Afterwards, activities related to conscious consumerism were conducted by taking

into consideration the students' lack of knowledge or misinformation. The results of the research showed that the activities contributed to the better learning of conscious consumerism issues by the students and the elimination of misconceptions.

Keywords: Education, social studies, secondary school students, conscious consumerism, consumer rights.



İÇİNDEKİLER

BİLİMSEL ETİK SAYFASI.....	i
YÜKSEK LİSANS TEZİ KABUL FORMU.....	ii
ÖNSÖZ VE TEŞEKKÜR.....	iii
ÖZET	iv
SUMMARY.....	vi
KISALTMALAR LİSTESİ	xi
TABLolar LİSTESİ.....	xii

BÖLÜM I

GİRİŞ.....	1
1.1. Araştırmanın Problemi.....	2
1.2. Araştırmanın Amacı.....	4
1.3. Araştırmanın Önemi	5
1.4. Sayıtlar.....	5
1.5. Sınırlılıklar.....	5
1.6. Tanımlar.....	6

BÖLÜM II

KAVRAMSAL ÇERÇEVE.....	7
2.1. Tüketim ve Tüketici Kavramları.....	7
2.2 Bilinçli Tüketicilik Kavramı	8
2.3 Tüketici Eğitimi	9
2.4 Tüketici Hakları	13
2.5. Sosyal Bilgiler Derslerinde Bilinçli Tüketicilik	15
2.5.1. Sosyal Bilgiler Öğretim Programında Bilinçli Tüketicilik	16
2.5.2. Sosyal Bilgiler Ders Kitaplarında Bilinçli Tüketicilik.....	17
2.6. Sosyal Bilgiler Derslerinde Kavram Öğretimi.....	18
2.7. İlgili Araştırmalar	21

BÖLÜM III

YÖNTEM	27
3.1. Araştırmanın Modeli.....	27
3.1.1. Eylem Araştırması Süreci	27

3.1.2. Eylem Araştırması Sürecinde Yapılan Etkinlikler	31
3.2. Çalışma Grubu	32
3.3. Araştırma Ortamı	33
3.4. Araştırmacının Rolü.....	33
3.5. Veri Toplama Araçları ve Veri Toplama Süreci.....	33
3.5.1. Ön Bilgi ve Son Bilgi Değerlendirme Formu	34
3.5.2. Etkinlikler.....	35
3.5.3. Yapılandırılmamış Öğretmen Gözlemleri.....	42
3.5.4. Video kayıtları.....	42
3.5.5. Yapılandırılmış Görüşmeler.....	42
3.6. Verilerin Analizi	43
3.7. Güvenirlik ve Geçerlik Çalışmaları	44
3.8. Uygulama Sürecinde Karşılaşılan Sorunlar	45
3.9. Araştırma Etiği.....	47

BÖLÜM IV

BULGULAR.....	48
4.1. Bilinçli Tüketicilik Eğitimi Bağlamında Geliştirilen Etkinlikler ve Uygulamalar, Öğrencilerin Bilinçli Tüketiciliğe Yönelik Bilgi, Algı ve Farkındalıklarını Olumlu Yönde Değiştirmiş midir?.....	48
4.1.1. Öğrencilerin Bilinçli Tüketicilik Konularına İlişkin Bilgi Durumlarındaki Değişimler	48
4.1.1.1. Doğru-Yanlış Bölümüne İlişkin Bulgular	48
4.1.1.2. Boşluk Doldurma Testi Bölümüne İlişkin Bulgular.....	52
4.1.1.3. Çoktan Seçmeli Sorular Bölümüne İlişkin Bulgular	55
4.1.2. Öğrencilerin Bilinçli Tüketicilik Kavramına İlişkin Algıları.....	67
4.1.3. Öğrencilerin Kendilerini Bilinçli Bir Tüketici Olarak Algılama Durumları	71
4.1.4. Öğrencilerin, Ailelerini Bilinçli Bir Tüketici Olarak Algılama Durumları .	75
4.1.5. Bilinçli Tüketicilik Eğitiminin Öğrencilere Katkıları	78
4.2. Geliştirilen Etkinlikler ve Uygulamalar, Öğrencilerin Bilinçli Tüketicilik İle İlgili Kavram Yanılgılarını Gidermede Etkili Olmuş mudur?	83
4.2.1. Ayıplı Mal Kavramının Açıklanmasına İlişkin Bulgular	86
4.2.2. Tüketici Kavramının Açıklanmasına İlişkin Bulgular	90

4.2.3. Bilinçli Tüketici Kavramının Açıklanmasına İlişkin Bulgular	92
4.2.4. Bütçe Kavramının Açıklanmasına İlişkin Bulgular	95
4.2.5. Tüketici Hakları Kavramının Açıklanmasına İlişkin Bulgular	98

BÖLÜM V

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER	101
5.1. Sonuçlar	101
5.1.1. Bilinçli Tüketicilik Eğitimi Bağlamında Geliştirilen Etkinlikler ve Uygulamalar, Öğrencilerin Bilinçli Tüketiciliğe Yönelik Bilgi, Algı ve Farkındalıklarını Olumlu Yönde Değiştirmiş midir?	101
5.1.1.1. Öğrencilerin Bilinçli Tüketicilik Konularına İlişkin Bilgi Durumlarındaki Değişimler	101
5.1.1.2. Öğrencilerin Bilinçli Tüketicilik Kavramına İlişkin Algıları	102
5.1.1.3. Öğrencilerin Kendilerini Bilinçli Bir Tüketici Olarak Algılama Durumları	103
5.1.1.4. Öğrencilerin Ailelerini Bilinçli Bir Tüketici Olarak Algılama Durumları	104
5.1.1.5. Bilinçli Tüketicilik Eğitiminin Öğrencilere Katkıları	104
5.1.2. Geliştirilen Etkinlikler ve Uygulamalar, Öğrencilerin Bilinçli Tüketicilik İle İlgili Kavram Yanılgılarını Gidermede Etkili Olmuş mudur?	105
5.2. Tartışma	107
5.3. Öneriler	111
KAYNAKÇA.....	113
EKLER.....	126
ÖZGEÇMİŞ	157

KISALTMALAR LİSTESİ

AET: Avrupa Ekonomi Topluluğu

BM: Birleşmiş Milletler

DPT: Devlet Planlama Teşkilatı

GTB: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı

MEB: Milli Eğitim Bakanlığı

SBÖP: Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı

TDK: Türk Dil Kurumu

f: Frekans

Ö1: Öğrenci kodu

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo-1: Üretim, Dağıtım ve Tüketim Öğrenme Alanında Bilinçli Tüketıcilik.....	17
Tablo-2: 2018-2019 Eğitim-Öğretim Yılı Sosyal Bilgiler Ders Kitaplarının Künyeleri	17
Tablo-3: Uygulama Takvimi	28
Tablo-4: Eylem Araştırması Sürecinde Yapılan Etkinlikler.....	31
Tablo-5: Uygulama Sürecinde Yaşanan Sorunlar ve Geliştirilen Çözüm Yolları.....	45
Tablo-6: Doğru-Yanlış Sorularına Verilen Cevaplar.....	49
Tablo-7: Boşluk Doldurma Soruları Verilen Cevaplar.....	53
Tablo-8: Boşluk Doldurma Soruları Verilen Cevaplar.....	56
Tablo-9: Logo ve Ambblemle İlgili Açıklamalardan Örnekler	57
Tablo-10: Bilinçli Tüketicinin Özellikleri	60
Tablo-11: Seçeneklere Göre Öğrenci Cevaplarının Dağılımı.....	63
Tablo-12: Öğrencilerin Bilinçli Tüketici Kavramına İlişkin Algıları.....	67
Tablo-13: TSE Damgası İle İlgili Açıklamalardan Örnekler.....	70
Tablo-14: Öğrencilerinin Kendilerini Bilinçli Tüketici Olarak Algılama Durumları	71
Tablo-15: Öğrencilerin Kendilerini Bilinçli Bir Tüketici Olarak Algılama Gerekçeleri.....	72
Tablo-16: Öğrencilerinin Ailelerini Bilinçli Tüketici Olarak Algılama Durumları ..	75
Tablo-17: Öğrencilerin Anne-Babalarını Bilinçli Bir Tüketici Olarak Algılama Gerekçeleri.....	75
Tablo-18: Öğrencilerin Bilinçli Tüketıcilik Eğitimine İlişkin Görüşleri.....	78
Tablo-19: Görsel Yorumlamalarından Örnekler.....	81
Tablo-20: Öğrenci Farkındalıklarına İlişkin Gerekçeler	82
Tablo-21: Kavram Yanılgılarındaki Değişimler	85
Tablo-22: Kavram Değerlendirmesinde Kullanılan Ölçütler	86
Tablo-23: Ayıplı Mal Kavramına İlişkin Bulgular	86
Tablo-24: Ayıplı Mal Kavramıyla İlgili Öğrenci Cevaplarındaki Değişimler	87
Tablo-25: Karikatür Yorumlamalarından Örnekler	89
Tablo-26: Tüketici Kavramına İlişkin Bulgular	91
Tablo-27: Tüketici Kavramıyla İlgili Öğrenci Cevaplarındaki Değişimler.....	91
Tablo-28: Bilinçli Tüketici Kavramına İlişkin Bulgular	92

Tablo-29: Bilinçli Tüketici Kavramıyla İlgili Öğrenci Cevaplarındaki Değişimler..	93
Tablo-30: Bütçe Kavramına İlişkin Bulgular	95
Tablo-31: Bütçe Kavramıyla İlgili Öğrenci Cevaplarındaki Değişimler.....	96
Tablo-32: Tüketici Hakları Kavramına İlişkin Bulgular	98
Tablo-33: Tüketici Hakları Kavramıyla İlgili Öğrenci Cevaplarındaki Değişimler..	98



BÖLÜM I

GİRİŞ

İnsanın var olması ile başlayan ve hayat boyu devam eden tüketim süreci, zaman içinde hayatın devamı için gerekli bir faaliyetken günümüzde bizzat yaşamın merkezinde yer tutmaktadır (Dal, 2017: 2). Son yıllarda gıda, eğitim, ulaşım, eğlence, giyim ve teknoloji gibi pek çok alanda tüketimin hızla artmasına paralel olarak tüketici sorunları da aynı oranda artmaktadır. Bu tüketim artışı karşısında tüketiciler, çeşitli risk ve tehditlere maruz kalırlar. Tüketicilerin, maruz kaldıkları risk ve sorunlar karşısında, temel tüketim bilgilerini ve tüketici haklarını öğrenmeleri gerekmektedir (Mazlan vd., 2014).

Tüketici hakları konusunda yapılan bütün yasal düzenlemelere rağmen tüketiciler satın almış oldukları mal veya hizmetlerle ilgili pek çok sorunla karşılaşmaktadır. Aslında tüketicilerin yaşadığı bu sorunların temelinde, yeterli bilgi ve eğitimden yoksun olmaları yatmaktadır (Ersoy ve Sarıabdullahoğlu, 2010: 67; Buğday ve Babaoğlu, 2016: 203). Eğitim seviyesi yüksek olan gelişmiş ülkelerde tüketiciler daha kolay bilinçlendirilmektedir. Fakat az gelişmiş ülkelerde eğitim seviyesi düşük olduğundan tüketicileri bilinçlendirmek ve korumak daha zordur. Bu nedenle tüketicilerin eğitim seviyesinin yükseltilmesi ve tüketici haklarının korunması konusuna önem verilmelidir (MEB, 2015: 8).

Tüketicilik ve tüketici olmanın gerektirdiği hak ve sorumluluklar konusunda farkındalık kazandırmanın en önemli sacayaklarından birisi eğitimidir. Bilindiği gibi sosyal bir süreç olan eğitim, ailede başlar. Okul, iş yeri ve sokakta devam eder. Kitle iletişim araçları, sivil toplum kuruluşları ve diğer kurumlar bu sürece katkıda bulunur. İnsanlara verilen eğitimle bireylerin bilgi, tutum ve davranışlarında pozitif değişimler yaşanır (Demirel ve Kaya, 2003: 5). Bu eğitim süreci içinde bireye özgü birtakım davranış kalıpları oluşurken, kişilerin yaşam tarzları ve tüketim davranışları bundan etkilenir (Kaynak ve Akan, 2011: 43). Ayrıca eğitim hakkı, Türkiye'nin de taraf olduğu 1985 tarihli Birleşmiş Milletler Evrensel Tüketici Hakları Bildirgesi'ne göre kabul edilen temel evrensel tüketici haklarından biridir (Durmaz, 2006: 263).

Bu önemle tüketicilerin tüketici haklarını bilmesi, kullanması ve bilinçli hareket etmesini sağlamanın en temel yolu tüketici eğitimidir.

Tüketici eğitimi, bireyin mevcut ekonomik ve kişisel kaynaklarını ihtiyaç ve isteklerini tatmin edecek biçimde değerlendirmeye yeterli hâle getirebilecek düşünce, anlayış ve bilgilendirme süreci olarak tanımlanmaktadır (MEB, 2015: 15). Tüketici eğitimiyle, tüketicinin satın alacağı mal ve hizmetler konusunda bilgilенmesini ve bunlar arasında bilinçli bir seçim yapabilmelerini sağlamak, tüketicilerin gelirlerini en iyi şekilde kullanmalarına yardımcı olmak, ekonomiyi ve değişen ekonomik şartları anlamasına imkân tanımak ve ülke kaynaklarının daha iyi kullanılmasını sağlamak amaçlanmaktadır (GTB, 2011: 7).

Öte yandan tüketime yönelik beceri ve alışkanlıkların kazandırılmasında okulda verilen eğitimin rolü de yadsınamaz. Çocukların, ailelerinden ayrı olarak en fazla vakit geçirdikleri yer okuldur. Okullar, çocuklara tüketim ve tüketicilikle ilgili bilgilerin bilinçli ve planlı bir şekilde öğretildiği formal kurumlardır (MEB, 2012a: 11). Çocuğun her yönüyle gelişimine katkı sağlayan ve sosyal bir kurum olan okullarda, ekonomik kavramlarla ilgili giriş niteliğindeki bilgilerin öğretilmesi, tüketim ve tüketiciliğe ilişkin bilgi ve becerilerin kazandırılması amaçlanır (Ateşoğlu ve Türkkahraman, 2009: 222). Bu amaçlar doğrultusunda yetişen bilinçli bir tüketici, hem istikrarlı ekonominin temelini oluşturur hem de ülkesinin kalkınmasında önemli katkılar sağlayabilir (MEB, 2014: 24).

1.1. Araştırmanın Problemi

Eğitim ve ekonomi alanlarının kesişim noktası, tüketici eğitimidir. Bu da bilinçli tüketiciliğe işaret etmektedir. Uluslararası ve ulusal ölçekte yasal düzenlemelerle güvence altına alınan tüketici hakları, bilinçli tüketicilerin yetiştirilmesiyle korunabilir. Bilinçli tüketiciliğin toplumda ve bireyler arasında yerleşmesinde ve gelişmesinde devlete, okullara, özel kuruluşlara ve tüketici örgütlerine önemli görevler düşmektedir. Türkiye’de 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 59. maddesinin (1) bendinde yer alan: "*Tüketicinin bilinçlendirilmesi konusunda örgün ve yaygın eğitim kurumlarının ders programlarına, Bakanlığın görüşü alınarak Millî Eğitim Bakanlığınca gerekli*

ilaveler yapılır." ifadesi yer almaktadır (Resmi Gazete, 28 Kasım 2013: 12174). Kanunda yer alan bu ifadeler, okulların tüketicinin bilinçlendirilmesi konusundaki yasal sorumluluğunu ortaya koymaktadır.

Öte yandan yapılan çalışmalarda tüketici eğitiminin öğrencilerin tüketici hakları ve sorumlulukları bilincinde olmalarında etkili olduğu (Makela ve Peters, 2004; McGregor, 2010; Danilane ve Marzano, 2014) ve yine öğrencilerin gösterişçi tüketime yönelik bilgileri üzerinde olumlu değişiklikler yarattığı (Ünay, 2012) görülmüştür. Ayrıca çocukların tüketicilikle ilgili okuldan öğrendikleri bilgilerle ailelerinin kararlarında etkili olduklarına dair sonuçlara ulaşılmıştır (Ekström, 2007). Buna rağmen okullarda tüketici eğitimine yönelik zorunlu veya seçmeli bir dersin olmaması da dikkat çekmektedir (Sert, 2002). Ancak bilinçli tüketicilerin yetiştirilmesi konusundaki yasal sorumluluk çerçevesinde, bazı derslerde bilinçli tüketicilik eğitimi verilmektedir.

Sosyal bilgiler dersi, bilinçli tüketicilik eğitiminin etkin bir şekilde verildiği derslerin başında gelir. Bu araştırmasının konusu, sosyal bilgiler derslerinde bilinçli tüketicilik eğitimidir. Bu kapsamda ders kitabından bilinçli tüketicilik eğitiminin nasıl verileceğinin belirlenmesinde Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı baz alınmıştır. İlgili öğretim programında "Üretim, Dağıtım ve Tüketim" öğrenme alanında öğrencilerin bilinçli tüketici becerilerinin geliştirilmesi hedeflenmiştir. Hatta bu hedef doğrultusunda ilgili öğrenme alanında, 5. sınıflar için; "*Bilinçli bir tüketici olarak haklarını kullanır.*" kazanımına yer verilmiştir. İlgili kazanım çerçevesinde bilinçli tüketicilik eğitiminin verilmesi ve tüketim bilincinin kazandırılması amaçlanmıştır (MEB, 2018a: 18).

Öte yandan öğretim programında yer alan beceri ve değerler açısından ise 5. sınıf öğrencilerinin "Üretim, Dağıtım ve Tüketim" öğrenme alanı işlenirken, sorumluluk değeriyle iş birliği, yenilikçilik, girişimcilik ve araştırma gibi becerileri edinmesi amaçlanmıştır (MEB, 2018a). Yine öğretim programında yer alan kazanım, beceri ve değerler doğrultusunda 2018-2019 eğitim öğretim yılında okutulan 5. Sınıf Sosyal Bilgiler Ders Kitabı'nda "Bilinçli Tüketici" başlığına yer verilmiştir (Şahin, 2018).

Sosyal bilgilerde çeşitli alanlarda eylem araştırması çalışmaları (Selanik Ay ve Deveci, 2011; Akşit ve Dinç, 2015; Al, 2016; Üztemur, Dinç ve Acun, 2017; Dere ve Alkaya, 2017; Türe, 2018; Kayalı ve Gürsoylar, 2018) bulunmasına rağmen bilinçli tüketicilik eğitimiyle ilgili eylem araştırmasının yapılmadığı görülmüştür.

Sonuç olarak tüketici eğitiminin bireylerin tüketici olarak hak ve sorumlulukları öğrenmelerinde etkili olması, çocukların tüketicilikle ilgili konularda ailelerini etkilemesi, okullarda tüketici eğitimine yönelik zorunlu veya seçmeli bir dersin olmaması, 2018-2019 eğitim öğretim yılında okullarda okutulan 5. sınıf sosyal bilgiler ders kitabındaki "Bilinçli Tüketici" başlığı dâhilinde verilen bilinçli tüketicilik eğitimi etkinliklerinin yetersiz görülmesi ve bilinçli tüketicilik eğitimine yönelik eylem araştırması çalışmalarının olmaması gibi gerekçelerle bu araştırmanın yapılması ihtiyacı hissedilmiştir.

1.2. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı; 5. sınıf sosyal bilgiler öğretimi bağlamında bilinçli tüketicilik eğitimine yönelik öğretim etkinlikleri tasarlayarak bu etkinlikleri uygulamak ve bu etkinliklerin 5. sınıf öğrencilerinin bilinçli tüketicilik ile ilgili bilgi, algı ve farkındalığını arttırmada ve bu konudaki kavram yanlışlarını gidermedeki etkililiğini ortaya koymaktır. Bu amaç doğrultusunda problem cümlesi şu şekilde oluşturulmuştur:

“Geliştirilen bilinçli tüketicilik eğitimi etkinlikleri ve uygulamaları; 5. sınıf öğrencilerinin bilinçli tüketicilik ile ilgili bilgi, algı ve farkındalıklarını arttırmada ve bu konudaki kavram yanlışlarını gidermede etkili olmuş mudur?”

Araştırmanın amacı ve problem cümlesi çerçevesinde ise aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

1- Bilinçli tüketicilik eğitimi bağlamında geliştirilen etkinlikler ve uygulamalar, öğrencilerin bilinçli tüketiciliğe yönelik bilgi, algı ve farkındalıklarını olumlu yönde değiştirmiş midir?

2- Geliştirilen etkinlikler ve uygulamalar, öğrencilerin bilinçli tüketicilik ile ilgili kavram yanlışlarını gidermede etkili olmuş mudur?

1.3. Araştırmanın Önemi

Toplum içindeki bütün bireyler tüketici vasfını taşımaktadır. Bu durum tüketici eğitiminin insan hayatı için ne kadar önemli bir yer tuttuğunu gözler önüne sermektedir. Tüketici bilincinin erken yaşlardan itibaren kazandırılması, bireyin bütün yaşamına etki edebilecek bir potansiyele sahiptir. Bununla birlikte hak ve sorumluluklarının farkında olan bilinçli tüketiciler yetiştirmek, Türkiye'nin ekonomik gelişimi için oldukça önemlidir. Bu önemle 5. sınıf düzeyinde bilinçli tüketicilik eğitimi verilmesi ve sonuçlarının değerlendirilmesine karar verilmiştir.

Öte yandan bilinçli tüketicilikle ilgili literatür incelendiğinde daha çok nicel araştırmaların bulunduğu görülmektedir (Akyüz, 2009; Sağlam, 2010; Uysal, 2017; Alimcan, 2018). Bu araştırma, eylem araştırması olarak yapılan ilk çalışma olması yönüyle değerlidir. Ayrıca araştırma, öğretmenlere sosyal bilgiler derslerinde bilinçli tüketicilik eğitiminde kullanabilecekleri çeşitli etkinlikler sunması açısından önem arz etmektedir.

1.4. Sayıtlar

- 1- Öğrenciler, samimi bir şekilde cevap vermişlerdir.
- 2- Uygulama sırasında, öğrenciler arasında çalışmayı etkileyecek herhangi bir etkileşim olmamıştır.

1.5. Sınırlılıklar

Bu araştırma,

- 1- 2018 – 2019 eğitim öğretim yılı ile,
- 2- Çalışma grubu Konya ilinde hizmet veren bir devlet okulunun 5. sınıfında öğrenim görmekte olan öğrencilerle,
- 3- Ön Bilgi ve Son Bilgi Değerlendirme Formlarına verilen cevaplarla,
- 4- Öğrencilerle yapılan yapılandırılmış görüşmelerle,
- 5- Yapılandırılmamış öğretmen gözlemleri,
- 6- Yapılan etkinliklerle,

7- Öğrenci ödevleri ile sınırlıdır.

1.6. Tanımlar

Sosyal Bilgiler: Bireyin toplumsal var oluşunu gerçekleştirebilmesine yardımcı olması amacıyla; tarih, coğrafya, ekonomi, sosyoloji, antropoloji, psikoloji, felsefe, siyaset bilimi ve hukuk gibi sosyal bilimleri ve vatandaşlık bilgisi konularını yansıtan; öğrenme alanlarının bir ünite ya da tema altında birleştirilmesini içeren; insanın sosyal ve fizikî çevresiyle etkileşiminin geçmiş, bugün ve gelecek bağlamında incelendiği; toplu öğretim anlayışından hareketle oluşturulmuş bir derstir (MEB, 2005).

Bütçe: Gelecekteki belirli bir süre için tasarlanan gelir ve giderlerdir (Tüysüz, 2018: 128).

Ayıplı Mal: Tüketicie teslimi anında, taraflarca kararlaştırılmış olan örnek ya da modele uygun olmaması ya da objektif olarak sahip olması gereken özellikleri taşımaması nedeniyle sözleşmeye aykırı olan maldır (Resmi Gazete, 28 Kasım 2013: 12154).

Tüketici: Kişisel arzu, istek ve ihtiyaçlarını gidermek amacıyla satın alma işlemini gerçekleştiren kişi (Solomon vd., 2013: 6).

Bilinçli Tüketici: Alışverişlerinde temel ihtiyaçlarına öncelik veren, satın alacağı ürün veya hizmetlerin güvenli, kaliteli, sağlam ve ucuz olmasına dikkat eden, medyanın ve reklâmların aldatıcı etkisi altında kalmayan, israftan kaçınan, tüketici haklarını bilen ve savunan, tasarruf yapan ve bütçesine göre hareket eden birey (Gülmez, 2006: 154).

Tüketici Hakları: Tüketicilerin örgütlü mücadelesi ve girişimleri sonucunda elde ettikleri kazanımlarla, devletin bu alanda yapmış olduğu düzenlemeler ve firmaların almış oldukları önlemler toplamı (Kaynak ve Akan, 2011:42).

BÖLÜM II

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bu bölümde tüketim, tüketici, bilinçli tüketicilik, tüketici hakları, tüketici eğitimi, kavram öğretimi ve ilgili çalışmalar ele alınmıştır. Ayrıca sosyal bilgiler ders programında ve ders kitabında bilinçli tüketiciliğin nasıl yer bulduğu incelenmiştir.

2.1.Tüketim ve Tüketici Kavramları

İnsanlar, kaynaklarının sınırlılığı ölçüsünde hayatları boyunca ihtiyaç duydukları mal veya hizmetleri, ilgili mağaza, şirket, alışveriş merkezi vb. yerlerden satın alırlar (MEB, 2012: 3). Bu ihtiyaçların karşılanması sürecindeki ekonomik faaliyetler "tüketim" kavramını ortaya çıkarmıştır (Babaoğul ve Altıok, 2007: 27). Türk Dil Kurumu'nda tüketim; "*Üretilen veya yapılan şeylerin kullanılıp harcanması, yoğaltım, istihlak, üretim karşısı*" olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2019). En temel anlamıyla tüketim, insan ihtiyaçlarının karşılanması amacıyla sunulan mal ve hizmetlerin sahiplenilmesi veya kullanılmasıdır (Odabaşı, 2006: 16).

Tüketim, insan ihtiyaçlarının ve bu ihtiyaçları karşılama biçimlerinin en net görülebildiği alandır. Bununla birlikte tüketim, yalnızca tüketicilerin ihtiyaç ve isteklerinin karşılandığı bir alan değil, aynı zamanda bireysel ve toplumsal ihtiyaçların ortaya konulduğu, insanların toplumun bir parçası olma ve insani kapasitelerini geliştirme üzerine giriştikleri bir faaliyettir (Buğra, 2000: 7-10).

Günümüzde toplumların tüketim alışkanlıkları, teknolojinin gelişimi ile birlikte yaygınlaşan sanayileşme faaliyetlerinin de etkisiyle büyük ölçüde değişmiştir. Bu gelişime bağlı olarak tüketim toplumu olarak nitelendirilen yeni bir yapı oluşmuştur (Uyanık, 2015: 9). Tüketim toplumunda en temel özellik tüketimin başlı başına bir amaç, bir ihtiyaç haline gelmesidir. Bu bağlamda insanlar artık ihtiyaçlarını karşılamak için tüketmek yerine, ihtiyacı olsun olmasın çeşitli mal veya hizmetleri satın almaktadırlar. Ayrıca günümüzde tüketim, yalnızca bir amaç ve ihtiyaç haline dönüşmekle kalmamış; kişilerin toplum içindeki statüsünü belirleyen bir gösterge haline gelmiştir (Babaoğul ve Buğday, 2012: 78). Hatta tüketim, insanların tüm yaşamını kuşatarak ayrıcalıklı ve süreklilik arz eden bir konuma sahip olmuştur.

Bununla birlikte günümüz tüketicileri, mutlu olmayı tükettikleri malların niteliğine bağlamakta ve yaşam arenalarındaki başarılarını bile daha çok tüketebilme ile bağdaştırmaktadırlar (Hayta, 2014: 10). Bu durum tüketimin bir zorlama, sosyal davranış ve değerler sistemi olduğunu da göstermektedir (Baudrillard, 2008: 95).

Öte yandan dil, din, ırk, siyasal görüş vb. unsurlardan bağımsız olarak bütün insanların bir arada buldukları ortak nokta; bireylerin evrensel tüketici kimliğine sahip olmalarıdır (DPT, 2001: 1). Tüketici kavramı ile ilgili çeşitli bilim dalları tarafından farklı bakış açılarıyla tanımlar yapılmaktadır. Genel olarak kendisi veya başkası için satın aldıkları mal ve hizmetleri kullanan veya tüketen kişilere tüketici denir (Durmaz, 2006: 256). 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 3. maddesinin (k) bendinde ise tüketici: "*Ticari veya mesleki olmayan amaçlarla hareket eden gerçek veya tüzel kişi*" olarak ifade edilmiştir (Resmi Gazete, 28 Kasım 2013).

Tüketicinin sahip olduğu temel haklar çerçevesinde tüketici kavramı şu şekilde tanımlanmaktadır: *Temel gereksinimlerinin giderilmesi ve sağlıklı bir çevrede yaşama gereğinin yerine getirilmesi için, seçim hakkını kullanabileceği bir ortamda, eğitilmiş ve bilgilendirilmiş olarak güvenlik içinde ekonomik faaliyetlere katılan, bu katılımı nedeniyle uğrayabileceği zararı tazmin edilen, bu haklarının korunması, sürdürülmesi ve geliştirilmesi hususundaki taleplerini oluşturacağı örgütler aracılığıyla ya da bireysel olarak kamuoyuna duyurma hakkına ve taleplerinin dikkate alınmasını isteme yetkisine sahip kabul edilen kişidir.*" (Özel, 2007: 23). Bu tanımda da ifade edildiği gibi tüketici, sadece tüketimde bulunan değil; hakları olan ve bu hakları etkin olarak kullanan kişidir. Tüketicinin haklarını bilmesi ve kullanması, sorumluluklarının farkında olması ise bilinçli tüketiciliği işaret etmektedir. Bu bağlamda diğer bölümde bilinçli tüketicilik kavramına değinilmiştir.

2.2 Bilinçli Tüketicilik Kavramı

Literatürde bilinçli tüketicilik konusunda birçok tanım bulunmaktadır. Öncelikle bilinç kavramının tanımlanması bilinçli tüketicilik kavramının daha iyi anlaşılması açısından katkı sağlayacaktır. Türk Dil Kurumu'nda bilinç: "*İnsanın kendisini ve çevresini tanıma yeteneği, şuur, temel bilgi, temel görüş, algı ve*

bilgilerin zihinde duru ve aydınlık olarak izlenme süreci." şeklinde tanımlanmaktadır (TDK, 2019). Ayrıca bilinç, bireyin kendini bilmesi ve çevresinde gerçekleşen oluşum ve olayları akıyla keşfederek onlardan evrensel sonuçlara ulaşmasıdır (Eroğlu, 2012: 81). Başka bir ifadeyle bilinç, herhangi bir duruma ilişkin farkındalığa sahip olma olarak nitelendirilebilir. Bilinçli tüketiciyi ise, ihtiyaç duyduğu mal veya hizmetleri satın alma ve kullanma sürecinde sergiledikleri davranışların sorumluluğunu üstlenen, bu davranışların nedenleri ve olası sonuçlarıyla ilgili farkındalığa sahip olan kişi olarak tanımlamak mümkündür (Uyanık, 2015: 9). Bilinçli tüketici aynı zamanda, üstlendiği sorumluluk çerçevesinde kişisel memnuniyetiyle çevreyi koruma arasındaki dengeyi sağlayan ve yaptığı eylemlerinin, gelecek nesillere ve çevreye verebileceği etkileri de göz önünde bulunduran duyarlı bir kişidir (Cavalcante vd., 2017).

Sonuç olarak tüketiciler; tükettikleri çeşitli mal veya hizmetlerin sağlıklı ve güvenlik standartlarına uygun olması, harcamış oldukları paranın karşılığının alınması gerektiği gibi konularda beklentilere sahiptirler. Her ne kadar tüketicinin korunmasına yönelik yasal altyapı olsa da burada önemli olan bilinçli tüketici davranışlarının sergilenmesidir. Nitekim bir toplumda kişi değişmedikçe yasa ve uygulamaların değişmesinin fazla bir önemi yoktur. Çünkü geliştirilen yasa ve uygulamalardan yararlanacak olan tüketicidir (MEB, 2015: 16). Bu nedenle bilinçli tüketicilerin yetiştirilmesi büyük önem arz etmektedir.

Bilinçli tüketicilerin yetiştirilmesinin çözüm yollarının başında ise tüketici eğitimi gelmektedir. Tüketici eğitiminin, bireylere daha iyi bir tüketici olma yollarının öğretilmesinde olumlu sonuçlar vereceği kabul edilen bir görüştür (MEB, 2012: 27; Süle, 2012).

2.3 Tüketici Eğitimi

Tüketicilik ve tüketici olmanın gerektirdiği hak ve sorumluluklar konusunda farkındalık kazandırmanın en önemli sacayaklarından birisi eğitimidir. Eğitim ve ekonomi kavramları birbirleriyle yakından ilişkilidir. İki kavramın karşılıklı etkileri ve ortak özellikleri bulunmaktadır. Örneğin; eğitime önem veren toplumların dünyanın en gelişmiş ekonomilerine sahip oldukları görülmektedir. Japonya gibi

gelişmiş bir ülke, eğitimin ekonomik kalkınma üzerindeki etkisini çok uzun yıllar önce kavramış ve eğitim yoluyla tasarruf, israf ve tüketim bilgisi gibi konuları bireylere kazandırmayı başarmıştır (Büyükkaragöz vd., 1998: 157-161). Bu önemle eğitimin tüketim, tüketicinin koruması ve bilinçli tüketicilik üzerindeki etkisini göz ardı etmek mümkün değildir. Bu etki, tüketici eğitimi yoluyla ortaya çıkmaktadır.

Tüketici eğitimi; bireyin ekonomik faaliyetlerini yönlendirme, ihtiyaçlarını giderme, kaynaklarını verimli kullanma, temel haklarını öğrenme, pazarı etkileme gücünü artırmayı hedef alan eğitim ve bilgilendirme yatırımı olarak tanımlanmaktadır (GTB, 2011). Bu eğitim, tüketicilerin tüketim uygulamalarında sorumlu bir şekilde hareket etmesinde önemli rol oynamaktadır (McGregor, 2005; Mazlan, 2014).

Tüketici eğitiminin amacı, mal ve hizmet piyasalarıyla ilgili tüketicilerin bilgi ve becerilerini geliştirmek ve sorumluluk sahibi bir tüketici bilinç düzeyi oluşturmaktır (Makela and Peters, 2004; Kaynak ve Akan, 2011). Bu amaç doğrultusunda tüketiciler, hak sahibi oldukları durumlar, sorumluluklar, hak arama yolları ve zamanlar, kendilerini koruyan yönetsel ve hukuksal düzenlemeler konusunda bilinçlendirilir (Hayta, 2006; Kepenekci ve Ökdem, 2013; Danilane ve Marzano, 2014). Bu eğitimle tüketicilere sadece hakları değil, aynı zamanda tüketim sürecinde sorumlu olmaları da öğretilmektedir (Mazlan vd., 2014). Ayrıca tüketicinin elindeki ekonomik kaynaklarını ihtiyaçları, istekleri ve beğenileri doğrultusunda kullanabilme yetisini kazandırma hususu da tüketici eğitiminin önemli bir parçasıdır (Kayalı, 2008).

Genel olarak tüketici şu konularda eğitilmelidir:

- *“Hak ve sorumluluklarının tanıtılması, öğretilmesi ve böylece bilinçlendirilerek umursamazlıktan kurtarılması,*
- *Mal ve hizmetlerin seçimi, satın alınması, kullanımı, tamir ve bakımı gibi konularda yol gösterici bilgiler veya bu bilgilerin nereden bulunabileceği,*
- *Haklarını kullanma ve arama yollarının gösterilmesi,*

- *Tasarruf edici piyasa araştırması yoluyla fiyatların, markaların karşılaştırılması, indirimli satışların izlenmesi gibi stratejilerin öğretilmesi ve karar verme becerilerinin geliştirilmesi,*
- *Tüketiciyi korumaya yönelik çalışmalar yapan ve tüketici şikâyetlerini izleyen mevcut kurumların, örgütlerin ve ilgili yasaların tanıtılması ve duyurulması,*
- *Tüketici olarak birbirlerinin haklarına saygılı olan, topluma ve çevreye karşı duyarlı ve sosyal sorunlarla ilgilenme istekliliği gösteren bilinçli tüketici tipinin geliştirilmesi ve yaygınlaştırılması,*
- *Tüketimi ve üretimi sorgulamak, alternatif üretim ve tüketim modelleri geliştirmek,*
- *Ülke kaynaklarının tüketicilerin temel ihtiyaçlarına uygun olarak en rasyonel şekilde kullanılmasında etkili olmak,*
- *Doğru ve sağlıklı bir tüketici kültürü ve anlayışı geliştirmek ve yerleştirmek,*
- *Tüketiciler arasında, hak ve yararlarının bir araya gelinerek toplumda korunma ve dayanışma bilincinin ve ortak şartları paylaşma anlayışının doğru gelişmesine yardımcı olmak,*
- *Tüketicilerin kendilerine, örgütlerine ve topluma karşı sosyal sorumluluklarının gelişmesine imkân sağlamak,*
- *Tüketicileri temel vatandaşlık ve tüketici hak ve sorumlulukların neler olduğu konusunda bilinçlendirmek,*
- *Tüketicilerin aldatıldığı, yanıltıldığı, mağdur edildiği durumlarla ilgili olarak tüketicileri ve kamuoyunu uyarmak, bilgilendirmek, ilgili firma ve devlet kuruluşlarının önlem almalarını sağlamak,*
- *Mal ve hizmetlerle ilgili tahlil ve deney sonuçlarını tüketicilere iletilmesini sağlamak,*

- *Çeşitli devlet kuruluşlarının tüketiciyi dolaylı ve dolaysız ilgilendiren çalışmalarında tüketicilerin bilgilendirilmesini sağlamak,*
- *Tüketicilere, tekel, kartel ve tröstlere karşı korunma ve mücadele yollarını göstermek,*
- *Mal ve hizmetleri tüketirken temel amacın ihtiyaçları karşılamak olduğu bilincini vermek,*
- *Enflasyon ve hayat pahalılığına karşı mücadele bilincini geliştirmek”* (MEB, 2015: 20).

Tüketici eğitimi, günümüzde Avrupa’da pek çok okul ve sınıfta kapsamlı olarak verilmektedir. Avrupa Komisyonu tarafından yürürlüğe konulan tüketicinin korunması politikalarına bağlı olarak tüketici eğitiminin önemi her geçen gün giderek artmaktadır (Altıok ve Babaoğlu, 2010: 17). Türkiye’de ise tüketicinin bilgilendirilmesi ve eğitilmesi konusunda; 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’da Milli Eğitim Bakanlığı, tüketici konusunun her derecedeki okullarda müfredata alınması konusunda görevlendirilmiştir. Bununla beraber bu kanun daha çıkmadan önce 1993-1994 öğretim yılında tüketici konusu öğretim programlarına dâhil edilmiştir. Orta derecedeki okullarda standardizasyon ve kalite dersleri seçmeli ders olarak gösterilmeye başlanmıştır. İlk ve orta derecedeki okullarda sosyal kulüp çalışmalarına “Tüketicinin Korunması Kulübü” eklenmiş, ilk, orta ve lise derecesindeki okullarda her ekim ayının üçüncü haftası “Türkiye Standartlar Haftası” olarak kabul edilmiştir. Hacettepe Üniversitesi Ev Ekonomisi Yüksek Okulu Ev İdaresi ve Aile Ekonomisi Bölümü, Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Ev Ekonomisi Yüksek Okulu ve Gazi Üniversitesi Endüstriyel Sanatlar Eğitim Fakültesi Aile ve Tüketici Bölümleri’nde tüketici eğitimi verilmektedir (MEB, 2012b: 29).

Tüketicilerin eğitilmesi ve bilgilendirilmesi konusunda kanun ile görevlendirilen diğer bir merci Tüketici Konseyi’dir. Tüketici Konseyi Yönetmeliği’nin altıncı maddesinin (e) fıkrasında “*Tüketicinin aydınlatılması ve eğitilmesi için kitap, mecmua ve broşür çıkarılmasına, tüketicinin bilinçlendirilmesi*

için radyo ve televizyonlarda programlar düzenlenmesine ilişkin usul ve esaslar hakkında önerilerde bulunmak” ifadesiyle Tüketici Konseyi’nin görevlerine yer verilmiştir. Bu çerçevede Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, Tüketici Konseyi’nin önerilerini dikkate alarak bünyesindeki Tüketicinin ve Rekabetin Korunması Genel Müdürlüğü’nün çalışmaları doğrultusunda faaliyet göstermektedir. Bakanlığın bugüne kadar çıkardığı birçok broşür bulunmaktadır. Bakanlık, 4077 sayılı Kanunun getirdiği hakları; sorunlarla karşılaştıkları zaman Tüketici Hakem Heyetlerini tanıttıktan sonra buralara nasıl başvurulacağını; taksitli, kampanyalı, kapıdan satışlar ve tüketici kredileri konusunda Kanunca belirlenen hakları; satış sonrası hizmetlerde ve ayıplı mallarda satıcının yükümlülüklerini ‘Tüketici El Kitabı’ ile yayınlamıştır (MEB, 2012b: 29).

Tüketici eğitimi, günümüzde çeşitli kurum ve kuruluşlar tarafından farklı şekillerde yürütülmektedir. Daha etkili bir tüketici eğitiminin gerçekleşmesinin yolu farkındalığı sağlamaktır (Chartrand, 2005). Bu farkındalığı sağlamanın önemli yollarından biri de bireylerin, tüketici olarak sahip oldukları hakları tanımasıdır. Bu bağlamda diğer başlıkta tüketici hakları konusu incelenmiştir.

2.4 Tüketici Hakları

Tüketiciler, herhangi bir malı satın alıp kullanarak veya para karşılığı çeşitli hizmetlerden yararlanarak tüketim faaliyetinde bulunurlar. Bu faaliyet sırasında, satın aldıkları mal veya hizmetlerle ilgili olumsuz durumlarla karşılaşabilirler. Yaşanabilecek olumsuzluklar karşısında nasıl bir yol izlenilmesi gerektiği konusunda tüketici haklarının önemli yeri vardır. Tüketici hakları: *"Tüketicilerin örgütlü mücadelesi ve girişimleri sonucunda elde ettikleri kazanımlarla, devletin bu alanda yapmış olduğu düzenlemeler ve firmaların almış oldukları önlemler toplamı."* olarak tanımlanmaktadır (Kaynak ve Akan, 2011: 42). Tüketici hakları, tüketicilerin savunma davranışlarını etkileyebilir, hatta mal ve hizmet sağlayıcılarını tüketici koruma kanunu şartlarına uygun hareket etmeye zorlayabilir (Mazlan vd., 2014).

Tüketici haklarının ortaya çıkması ve geliştirilmesinin temelinde tüketicinin korunması vardır. Tüketiciler, mal ve hizmet edinimleri sırasında ekonomik güç, bilgi ve tecrübe bakımından zayıf konumda olduklarından gelişen üretimle birlikte

korumasız kalmışlardır. Bu durum tüketici hareketi akımının doğuşunu, tüketici hareketi ise tüketicinin korunması konusunda düzenli çalışmaların ortaya çıkmasını sağlamıştır (MEB, 2011: 1). Tüketicinin korunması, tüketicilerin ürün ve hizmet alımı ile ilgili haklarını kullanmalarına yardımcı olan bir dizi eylemdir (Süle, 2012). Bu kapsamda tüketicinin yasal haklarının korunması, hakkını aramasının sağlanması, dürüst olmayan uygulamalar sonucunda tüketicinin uğradığı maddi ve manevi zararların karşılanması için bazı düzenlemeler yapılmıştır.

Çağdaş anlamda tüketicilerin korunması hareketi 19. yy sonu ve onu izleyen yıllarda görülmeye başlanmıştır. İlk tüketici örgütünün kurulması (1872) ve 1879-1905 yılları arasında da Amerikan Kongresi'nde yüzden fazla yasanın çıkarılması tüketici hukuku ve hakları anlamında önemli gelişmeler sağlamıştır. 1960'lardan itibaren Avrupa'nın çeşitli ülkelerinde, AET ülkelerinde ve özellikle Amerika Birleşik Devletleri'nde tüketicinin korunması şeklinde bir hareket belirmiştir. Bu hareketteki temel amaç, tüketicilerin çıkarlarına ters düşen gelişmelere karşı tüketicileri korumak, sunulan mal ve hizmetlerin güvenilirliğini ve kalitesini yükseltmektir. Tüketicinin korunmasının temel hareket noktası ise tüketici haklarıdır (MEB, 2012a: 11-22).

Tüketici hakları konusunda uluslararası alanda atılan en önemli adımlardan biri, Uluslararası Tüketici Birlikleri Örgütü'nün (IOCU) önerisiyle BM Genel Kurulu'nda "Tüketicilerin Korunması İlkeleri Rehberi"nin çıkarılmasıdır. 1985 yılında çıkarılan bu rehber, insanların hak ve sorumluluklarının bilincinde tüketiciler olarak hareket etmelerini sağlamak için tasarlanmıştır (McGregor, 2010).

Bu kapsamda Birleşmiş Milletler tarafından kabul edilen sekiz temel tüketici hakkı vardır. Bunlar;

1. Temel ihtiyaçların karşılanması hakkı
2. Güvenlik ve güven duyma hakkı
3. Bilgi edinme hakkı
4. Eğitilme hakkı
5. Seçme hakkı

6. Sesini duyurma hakkı

7. Tazmin edilme hakkı

8. Sağlıklı bir çevreye sahip olma hakkı'dır (Hayta, 2006; McGregor, 2010; GTB, 2011).

Uluslararası Tüketici Birlikleri Örgütü tarafından ilan edilen sekiz temel tüketici hakkına sonradan dokuzuncu olarak “Şikâyet Hakkı” eklenmiştir (Babaoğul ve Altıok, 2007: 28).

Türkiye'de ise tüketicinin korunması konusundaki gelişmeler, ABD'de filizlenen tüketici hareketinin, 1960-1970 yılları arasında Avrupa'ya, hemen ardından Türkiye'ye ulaşmasıyla başlamıştır. Ancak hem devletin hem bizzat tüketicilerin tam anlamıyla bu konuya eğilmesi, 1980'li yılları bulmuştur (Babaoğul ve Altıok, 2007: 38). Özel tüketim harcamalarının artması ile tüketicinin korunması için doğrudan ilk girişim 1970 yılında Ticaret Bakanlığı bünyesinde Tüketici Sorunları Şube Müdürlüğü'nün kurulmasıyla oluşmuştur (MEB, 2012b).

Türkiye'de tüketicinin korunması ve tüketici hakları ile ilgili en büyük gelişmelerden biri, 1980'li yıllarda anayasal alanda yaşanmıştır. 1982 yılında kabul edilen Anayasamızın 172. maddesinde yer alan “*Devlet tüketicileri koruyucu ve aydınlatıcı tedbirler alır, tüketicilerin kendilerini koruyucu girişimlerini teşvik eder.*” hükmü ile tüketicinin korunması konusu anayasal güvence altına alınmıştır (Çiçek vd., 2015: 31). Bu anayasal değişikliğinden sonra 1995, 2003 ve 2013 yıllarında güncellenen çeşitli tüketicinin korunmasına yönelik kanun değişiklikleri yapılmıştır. Tüketici haklarının gelişimi sadece çıkartılan kanunlarla sınırlı kalmamıştır. Tüketici haklarının korunmasına yönelik çeşitli kurum ve kuruluşlar da kurulmuştur. Tüketici Konseyi, Tüketici Mahkemeleri, Tüketici Hakları Hakem Heyeti, Reklam Kurulu ve Tüketici Örgütleri, Türkiye'de tüketici haklarının korunması konusunda faaliyet gösteren kurum ve kuruluşlar arasında yer almaktadır (Pakmak, 2018: 27-32).

2.5. Sosyal Bilgiler Derslerinde Bilinçli Tüketiciilik

Türkiye'de 1968'den itibaren çeşitli eğitim kademelerinde okutulan sosyal bilgiler dersi (Öztürk, 2015), değişen dünya koşulları karşısında, bilgiye dayalı

kararlar alan, problem çözebilen etkin vatandaşlar yetiştirmek amacıyla sosyal ve beşeri bilim dallarından aldığı bilgi ve yöntemleri kaynaştırıp kullanan bir öğretim programına sahiptir (Sever, 2018). Ayrıca sosyal bilgiler dersi öğretim programında öğrencilerin; Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olarak haklarını bilen ve kullanan, sorumluluklarını yerine getiren birer vatandaş olarak yetişmeleri amaçlanmıştır. Bununla beraber doğal çevrenin ve kaynakların sınırlılığının farkına varıp çevre duyarlılığı içerisinde doğal kaynakları korumaya çalışan, karşılaştığı sorunları çözmek için temel iletişim becerileri kullanabilen bireyler yetiştirmek de programın özel amaçları arasındadır (MEB, 2018a). Bu amaçlar doğrultusunda bilinçli tüketicilik eğitimi konuları, sosyal bilgiler dersi öğretim programına ve dolayısıyla ders kitaplarına yansımıştır.

2.5.1. Sosyal Bilgiler Öğretim Programında Bilinçli Tüketicilik

Türkiye'de sosyal bilgiler eğitimi, 2017'de yayınlanan ve 2018'de tekrar revize edilerek uygulamaya koyulan sosyal bilgiler öğretim programı aracılığıyla dizayn edilmektedir. 2018 SBÖP'de bilinçli tüketicilik becerileri gelişmiş bireylerin yetiştirilmesi hedeflenmektedir. Bu hedef doğrultusunda 4. sınıfta, "Üretim, Dağıtım ve Tüketim" öğrenme alanında öğrencilerin; istek ve ihtiyaçlarını ayırt ederek ikisi arasında bilinçli seçimler yapmasının, çevresindeki ekonomik faaliyetleri iyi gözlemlemesinin ve sahip olduğu kaynakları etkin bir şekilde kullanmasının önemi üzerinde durulmuştur (MEB, 2018a). 5. Sınıf kademesinin ilgili bölümlerinde ise haklarını kullanan bilinçli tüketiciler olarak öğrencilerinden; temel ihtiyaçları karşılamaya yönelik ürünlerin üretim, dağıtım ve tüketim ağını analiz etmesi, farklı alanlarda yeni fikirler geliştiren başarılı girişimcilerin çalışmalarından ilham alması ve toplumsal ilgi ve ihtiyaçları araştırarak bunları karşılamaya yönelik yenilikçi fikirler üretmesi beklenmektedir.

Öte yandan bilinçli tüketicilik konuları, 6. ve 7. sınıflarda, 4. ve 5. sınıfa göre daha sınırlı bir şekilde ele alınmıştır. Bu kapsamda "Üretim, Dağıtım ve Tüketim" öğrenme alanında kaynakların bilinçsizce tüketilmesinin canlı yaşamına etkilerini analiz etme, vatandaşlık sorumluluğu ve ülke ekonomisine katkısı açısından vergi vermenin gereğini ve önemini savunma, dijital teknolojilerin üretim, dağıtım ve tüketim ağında meydana getirdiği değişimleri analiz etme gibi kazanımlara yer

verilmiştir (MEB, 2018a). SBDÖP'nin "Üretim, Dağıtım ve Tüketim" öğrenme alanındaki bilinçli tüketicilikle ilgili kazanımlar Tablo 1'de yer almaktadır:

Tablo-1: Üretim, Dağıtım ve Tüketim Öğrenme Alanında Bilinçli Tüketicilik

Sınıf	Kazanım
4. sınıf	İstek ve ihtiyaçlarını ayırt ederek ikisi arasında bilinçli seçimler yapar.
	Sorumluluk sahibi bir birey olarak bilinçli tüketici davranışları sergiler.
	Kendine ait örnek bir bütçe oluşturur.
	Çevresindeki kaynakları israf etmeden kullanır.
5. sınıf	Temel ihtiyaçları karşılamaya yönelik ürünlerin üretim, dağıtım ve tüketim ağını analiz eder.
	İş birliği yaparak üretim, dağıtım ve tüketime dayalı yeni fikirler geliştirir.
	Bilinçli bir tüketici olarak haklarını kullanır.
6. sınıf	Kaynakların bilinçsizce tüketilmesinin canlı yaşamına etkilerini analiz eder.
	Vatandaşlık sorumluluğu ve ülke ekonomisine katkısı açısından vergi vermenin gereğini ve önemini savunur.
7. sınıf	Dijital teknolojilerin üretim, dağıtım ve tüketim alanında meydana getirdiği değişimleri analiz eder.

2.5.2. Sosyal Bilgiler Ders Kitaplarında Bilinçli Tüketicilik

Sosyal bilgiler derslerinin okutulmaya başlandığı 1960'lı yıllardan günümüze kadar kazandırılmak istenen temel bilgi, beceri ve değerlerin öğretiminde kullanılan en önemli öğretim materyallerinden biri ders kitapları olmuştur (Dere ve Dinç, 2017). Milli Eğitim Bakanlığı tarafından 2018-2019 eğitim-öğretim yılında künyesi Tablo 2'de verilen 4, 5, 6 ve 7. sınıf sosyal bilgiler ders kitapları okutulmuştur:

Tablo-2: 2018-2019 Eğitim-Öğretim Yılı Sosyal Bilgiler Ders Kitaplarının Künyeleri

Sınıf	Yayınevi	Yazar/lar
4. sınıf	Tuna Yayıncılık	Sami Tüysüz
5. sınıf	Anadol Yayıncılık	Erhan Şahin
6. sınıf	Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları	Faruk Gökalg Yılmaz, Hasan Bayraktar, Mustafa Kemal Özden, Murat Akpınar, Ömer Evin
7. sınıf	Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları	Gökhan Gültekin, Murat Akpınar, Mustafa Nohutcu, Pınar Özerdoğan, Seher Aygün

Künyeleri verilen bu ders kitaplarında, öğretim programında yer alan kazanım, beceri ve değerlerle ilişkili olarak bilinçli tüketicilik konularına yer verilmiştir. Ders kitaplarına bakıldığında, 4. sınıf sosyal bilgiler ders kitabında bilinçli tüketicilik

konuları, "Üretim, Dağıtım ve Tüketim" ünitesinde daha ayrıntılı bir şekilde yer almıştır. İlgili ders kitabında istek ve ihtiyaçlar, bütçe, yerli üretim, alışveriş fişi, garanti belgesi, tüketici hakları, bilinçli tüketicilik, israf, tasarruf konuları ve etkinlikleri bulunmaktadır (Tüysüz, 2018).

Bu araştırmanın konusu olan 5. sınıf sosyal bilgiler ders kitabında ise, 4. sınıf ders kitabında olduğu gibi, "Üretim, Dağıtım ve Tüketim" ünitesinde bilinçli tüketicilik konuları daha fazla yer bulmuştur. Ayrıca "Etkin Vatandaşlık" ve "Küresel Bağlantılar" ünitelerinde de bilinçli tüketicilik konuları işlenmiştir. Özellikle "Üretim, Dağıtım ve Tüketim" ünitesinde ihtiyaç listesi, alışveriş, son kullanma tarihi, taksitli satış, ayıplı mal ve hizmet, kapıdan satış, mesafeli satış, satış sonrası hizmetler, alışveriş fişi, garanti belgesi, ticari reklam ve ilanlar, ihtiyaç ve istekler, bütçe, kalite, ürün iadesi, satıcı-tüketici ilişkisi, bilinçli tüketicilik ve tüketici haklarının kullanımı konularına ve etkinliklerine yer verilmiştir (Şahin, 2018).

6. sınıf sosyal bilgiler ders kitabında "Birey ve Toplum" ünitesinde tüketici haklarına, "Üretim, Dağıtım ve Tüketim" ünitesinde, alıveriş fişi veya fatura almanın önemi ve vergi konularına değinilmiştir (MEB, 2018b). 7. sınıf sosyal bilgiler ders kitabında ise "Üretim, Dağıtım ve Tüketim" ünitesinde e-ticaret, fiyat araştırması, kredi kartı kullanımı ve ürün tercihi konuları incelenmiştir (MEB, 2018c).

Öte yandan gerek programda yer verilen kazanım, değer ve becerilerin kazandırılmasında gerekse ders kitabında yer alan bilinçli tüketicilik konularının öğrenilmesinde kavram öğretiminin önemli bir yeri vardır.

2.6. Sosyal Bilgiler Derslerinde Kavram Öğretimi

Sosyal bilgiler, tarih, coğrafya ve ekonomi gibi pek çok disiplin, temel kavramlar çevresinde organize edilmektedir. Bu nedenle sosyal bilgiler dersinin içeriği ve süreci de yine temel kavramlar çerçevesinde düzenlenir. Bu bağlamda sosyal bilgiler eğitiminde kullanılan kavramlar, öğrencilerin daha anlamlı öğrenmelerini sağlayan ve deneyimlerini organize eden bir anahtar gibidir (Seefeldt vd., 2015). Literatürde kavrama ilişkin eğitimeiler tarafından yapılmış farklı tanımlar ve açıklamalar bulunmaktadır. Öncelikle kavram; benzer, geçişken ve ayırıcı

özelliklere sahip düşünce gruplarıdır (Yel, 2015). İnsanlar, düşünme sürecinde hayatın her yönüyle ilgili farklı ve yeni kavramlar oluşturur (Pratt, 1992). Bu özelliklerden hareketle kavramın, düşünme faaliyetinin en temel araçları ve unsurlarından biri olduğunu söylemek mümkündür (Klausmeier, 1992; Ata, 2015; Tokcan, 2015).

Kavramlar, düşünme sürecinin önemli bir parçası olmakla birlikte diğer yandan da bilginin birer yapı taşlarıdır (Akdoğan ve Bilgili, 2015). Bilginin yapı taşları olan kavramlar, bireylerin öğrenme deneyimlerinin anlamlı bir bütün olarak yer aldığı zihinsel arşiv depoları gibidirler (Seefeldt vd. 2015). Kavramların zihinde depolanmalarının temelinde ise olgu vardır. Bilginin en küçük ve somut parçaları olan olgular, tek başlarına pek bir anlam ifade etmese de kavram ve düşünme bağlamında oldukça anlamlıdır. Olgusal bilgilerin, kavram ve genellemelerin oluşturulmasında büyük önemi vardır. Kavram ve genellemelerin, olgular olmadan öğrenilmesi mümkün değildir. Bununla birlikte kavramlar da genellemelerin türetilmesinde önemli bir yere sahiptir (Tokcan, 2015). Bu bağlamda kavramların olgulardan yola çıkarak geliştirildiğini; genellemelerin ise kavramsal ilişkilerin bir sonucu olarak ortaya çıktığını belirtmek mümkündür.

Olgu, kavram ve genelleme ilişkisi, bireylerin herhangi bir düşünce veya bilgiyi anlamlı hale getirmesinde oldukça etkilidir. Bu etkinin ortaya çıkmasının temelini, kavram öğrenme oluşturmaktadır. Kavramların öğrenilmesi ise etkili bir kavram öğretimi ile mümkündür. Kavram öğretimi, bireylerin ihtiyaç duydukları bilgileri öğrenme ve beceriler kazanmaya yönelik bir yaklaşımdır (Hansen, 2009). Kavramları özelliklerine göre yapılandırma işlemi olarak tanımlanan bu süreç (Ülgen, 2004), bireyler yeni bir şeyler öğrendiği sürece hayat boyu devam etmektedir (Doğanay, 2005; Seefeldt, 2015).

Yaşam boyu süren bu kavram yapılandırmaları, okullarda planlı bir şekilde gerçekleştirilmektedir (Doğanay, 2005). Bu yapılandırma sürecinde öğrencilere verilen kavram öğretimi, onların bilgileri düzenli şekilde sınıflandırma yeteneğinin gelişmesinde, kendi yaşamlarıyla bağlantı kurmalarında, eleştirel düşünme ve problem çözme becerilerinin gelişmesinde önemli katkılar sağlamaktadır (Twyman

ve Tindal, 2005; Hwee, 2016). Kavram öğretiminin sağladığı bu avantajlar ve öğretim programlarında da çok sayıda kavramın yer tutması, öğrencilere verilen eğitimin tasarlanmasında kavram öğretiminin önemini arttırmaktadır (Doğanay, 2005).

Bu önem doğrultusunda tasarlanan Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı'nda (Kılıçoğlu ve Akhan, 2014), kavram öğretiminin, sınıflamalar ve farklı kavram öğretim yaklaşımlarının dikkate alınarak yapılması gerektiği belirtilmiştir. Ayrıca programda anlam karmaşası, kavram karmaşası ve kavram yanlışlarının giderilmesinin önemi vurgulanmıştır (MEB, 2018a).

Kavram yanlışları, öğrencilerin bilimsel kavramlara karşılık geliştirdikleri düşünceler, inançlar veya yanlış anlamalardır (Morgil vd., 2009; Kambouri, 2010). Kavram yanlışları, güçlü ve değişime karşı dirençli olduğu için düzeltilmesi zordur (Posner vd., 1982; Black ve Lucas, 1993; Chi, 2008; Morgil, 2009; Schmidt, 2011). Hatta öğrencilerin geliştirmiş oldukları bu alternatif düşünceler o kadar zekicedir ki bunları keşfetmek yoğun çaba gerektirir (Taber, 2000).

Kavram yanlışları, aynı zamanda öğrencilerin kavramları anlamlı bir şekilde öğrenmelerinde engel teşkil etmektedir (Ilyas ve Saeed, 2018). Kavram yanlışları, daha sonraki öğrenmeleri de engelleyebilir (Morgil, 2009). Kavram yanlışlarının ortaya çıkmasında pek çok faktör etkili olmaktadır. Öğrencilerin kişisel deneyimleri, okuldaki öğretim, sosyal çevre, kültür, ders kitapları ve öğretmenler, kavram yanlışlarına neden olan faktörler arasında yer almaktadır (Thompson ve Logue, 2006).

Kavram yanlışlarının giderilmesinin en etkili yolu kavramsal değişimi gerçekleştirmektir (Posner vd., 1982). Bu değişimi sağlamanın yolu, yeni kavramın anlaşılır hale getirilmesidir. Bu süreçte, bilgileri ezberletme amacı güdülmemelidir ve kavramların daha anlaşılır olması sağlanmalıdır (Santrock, 2007). Bununla birlikte anlamlı öğrenmenin gerçekleşmesi ve kavram yanlışlarının giderilmesinde öğretmenler büyük rol oynamaktadır (Kikas, 2004). Öğretmenler, ders planlaması yaparken, öğretim sırasında ortaya çıkabilecek olası yanlışları göz önünde bulundurmalıdır (McDermott, 2006). Ayrıca tüm bu yapıcı süreçte, farklı yöntem ve

stratejilerle öğrencilerin öğrenme sürecinde aktif bir rol oynamasını sağlanmalıdır (Halim ve Meerah, 2002).

Sonuç olarak eğitim ve öğretim faaliyetlerinin önemli parçalarından biri olan kavram öğretimi ve bu öğretime bağlı olarak kavram yanılgılarının giderilmesine yönelik birçok farklı uygulama yapılmaktadır. Bu uygulamalarda çeşitli yöntem, teknik ve etkinlikler geliştirilmiş ve literatüre kazandırılmıştır.

2.7. İlgili Araştırmalar

Tüketici hakları ve bilinçli tüketicilik eğitimiyle ilgili çeşitli disiplinlerde birçok araştırma bulunmaktadır. Yapılan çalışmalar, daha çok öğrencilerin tüketicilik bilinç düzeylerini, tüketim alışkanlıklarını ya da bilinçli tüketime ilişkin görüşlerini belirlemeye yöneliktir.

İlk olarak Sert (2002), farklı sosyo-ekonomik bölgelerdeki ilköğretim okullarında öğrenim gören öğrencilerin tüketici davranışlarını belirlemek amacıyla yapmış olduğu araştırmanın sonucunda; okullarda tüketici eğitimine yönelik bir dersin olmadığını, tüketici eğitimiyle ilgili konuların farklı derslerin bazı ünitelerinde dağınık bir şekilde verildiğini ve eğitsel kol faaliyetlerinin öğrencilerin dikkatini çekecek düzeyde olmadığını belirlemiştir.

Purutçuoğlu (2003), farklı sosyo-ekonomik düzeydeki semtlerde bulunan liselere devam eden öğrencilerin tüketici eğitimi ihtiyacını incelemek amacıyla yapmış olduğu çalışmanın sonuçları değerlendirildiğinde, öğrencilerin ekonomik kaynak yönetimi, tüketime yönelik kavramlar, tüketicinin hakları ve sorumlulukları, çevreye duyarlılık konularında yeterli bilgiye sahip olmadıkları görülmüştür. Sonuçlar sosyo-ekonomik düzey ve cinsiyet değişkenleri dikkate alınarak değerlendirildiğinde ise yüksek sosyo-ekonomik düzeydeki öğrenciler, orta ve düşük sosyo-ekonomik düzeydekilere göre; kız öğrencilerin erkek öğrencilere göre bilinçli oldukları ve bilgi düzeylerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Makela ve Peters (2004) tarafından ergenlerin tüketici hakları ve sorumlulukları konusundaki farkındalıkları, tüketici davranışları ve tüketici eğitimine yönelik algılarını belirlemek amacıyla yapmış oldukları araştırmanın sonuçlarına

göre, tüketici eğitiminin öğrencilerin tüketici hakları ve sorumlulukları bilincinde olmalarında etkili olduğu görülmüştür.

Sönmez'in (2006) 7-12 yaş arasındaki çocukların aile satın alma kararına etkisi üzerine yapmış olduğu çalışmada, çocukların özellikle ürün çeşidine ve satın alma karar sürecinin aşamasına göre satın alma üzerindeki etkisinin değişmekte olduğu belirtilmiştir. Bununla birlikte cinsiyet farkı çok fazla ön plana çıkmasa bile ailelerin, kız çocuklarının satın alma kararlarında daha etkili olduğunu düşündükleri sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca çocukların isteklerini elde etmek amacı ile farklı davranışlar sergilemekte olduğu ve ailelerin bunlara tepkilerinin çoğunlukla çocuğun lehinde sonuçlandığı tespit edilmiştir.

Ersoy ve Nazik (2006), 6, 7 ve 8. sınıflarda okuyan öğrencilerin tüketici eğitimi konularına ilişkin bilgi ve tutumlarını ölçmek için yaptıkları çalışmada, kız öğrencilerin erkek öğrencilere göre tüketicilik bilincinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca aile aylık gelirinin yüksek olduğu öğrencilerin düşük olanlara göre tüketicilik bilgilerinin daha fazla olduğu görülmüştür.

Bu çalışmaların yanında Pınarcı (2007), 6. sınıfta öğrenim gören öğrencilere farklı yöntemlerle verilen tüketici eğitiminin öğrencilerin doğru tüketim bilgi ve alışkanlıklarına etkisini saptamayı amaçlamıştır. Araştırma sonunda çoklu zekâ etkinlikleriyle ders anlatılan deney grubundaki öğrencilerin gerek uygulama sonrasında gerekse kalıcılık testi sonrasında kontrol grubuna göre daha başarılı oldukları görülmüştür. Ayrıca tutum puanları sonuçlarında da yine deney grubunun kontrol grubuna göre, derse karşı daha olumlu tutum sergiledikleri tespit edilmiştir.

Ekström'ün (2007) çocukların tüketim konusunda aileleri nasıl etkilediği konusunda yaptığı çalışmada çocukların tüketicilikle ilgili okuldan öğrendikleri bilgilerle ailelerinin kararlarında etkili oldukları görülmüştür. Ayrıca araştırmacı, çocukların ebeveynleri etkileme girişimlerinin bazen geri tepebileceği, yani ebeveynlerin etkilenmeye daha az duyarlı hale geldiği yönünde sonuçlara ulaşmıştır.

12-18 yaş arasındaki çocukların, aile satın alma kararındaki etkilerinin ne yönde olduğunu belirlemek amaçlayan Bursalı (2008), çalışmada yer alan çocukların özellikle, kırtasiye ürünleri, müzik CD'si, bilgisayar ve hazır gıda ürünlerinin alımı

gibi kendi kullarımlarına yönelik ürünlerin satın alınma kararında etkilerinin olduğunu saptamıştır.

Bir başka araştırmada Akyüz (2009), 6, 7 ve 8. sınıf öğrencilerinin tüketicilik bilinç düzeylerini ve öğrencilerin nasıl satın alma davranışları sergilediklerini incelemiştir. Araştırmada sosyo-ekonomik düzeyleri farklı olan öğrencilerin tüketicilik bilinci ve satın alma davranışlarında farklılık göstermedikleri görülmüştür. Ayrıca düşük sosyo-ekonomik düzeye sahip olduğu devlet okulunda yer alan öğrencilerin, cinsiyet değişkenine göre bilinçli tüketicilik düzeylerinin, kız öğrenciler lehine anlamlı derecede yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Altıok (2010), İlköğretim programlarının bilinçli tüketici davranışlarını kazandırma düzeyini değerlendirmeyi ve bu çerçevede yeni öğretim programında hedeflenen davranışlara ulaşılma derecesini, öğrencilerin bilgi ve tutum düzeylerini, öğretmenlerin programa ilişkin görüşlerini belirlemeyi amaçlamıştır. Araştırma sonuçları, 5. ve 8. sınıf öğrencilerinin bilişsel tüketici davranışlarını kazanma düzeyleri açısından aralarında anlamlı bir farkın bulunmadığını; bilinçli tüketici davranışlarına ilişkin tutum düzeyleri arasındaki farkın ise anlamlı olduğunu göstermiştir. Bununla birlikte öğrencilerin bilinçli tüketici davranışlarının, cinsiyete göre anlamlı bir fark göstermediği sonucuna ulaşılmıştır.

McGregor'ın (2010) ilköğretim okullarındaki tüketici eğitiminin incelendiği çalışmada, tüketici eğitiminin bireylerin tüketici olarak hak ve sorumlulukları öğrenmelerinde etkili olduğu belirtilmiştir. Ayrıca tüketici eğitiminin öğrencilerin, bilinçli tüketime ilişkin bilgi, beceri ve tutumlarını geliştirdiği ifade edilmiştir.

Sağlam (2010), ilköğretim öğrencilerinin bilinçli tüketicilik düzeylerini ölçmeye yönelik yaptığı çalışmada, 4. sınıf öğrencilerinin bilinçli tüketicilik düzeyinin cinsiyete, okul türüne, ailenin gelir düzeyine ve babanın eğitim durumuna göre değişmediğini tespit etmiştir. Malbeği (2011) ise 4. Sınıf Sosyal Bilgiler Öğretim Programı'ndaki 'Üretimden Tüketime' adlı ünitenin drama yöntemiyle işlenmesinin öğrencilerin akademik başarısına ve bilinçli tüketicilik düzeyine etkisini incelemiştir. Buna göre; sosyal bilgiler dersinde drama yönteminin uygulandığı deney grubu ile geleneksel öğretimin uygulandığı kontrol grubu öğrencilerinin son

test ve kalıcılık testi puanları arasında deney grubu lehine anlamlı bir farklılığın olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte bilinçli tüketicilik düzeyiyle ilgili sonuçlarda ise deney grubu ile kontrol grubu arasında anlamlı bir farkın olmadığı görülmüştür.

Ünay'ın (2012) ilköğretim öğrencilerine verilen tüketici eğitiminin gösterişçi tüketimi önlemedeki etkisinin incelenmesi amacıyla yapmış olduğu çalışmada, çoklu zekâ kuramının altı zekâ alanını içeren etkinlikler doğrultusunda verilen tüketici eğitiminin, öğrencilerin gösterişçi tüketime yönelik bilgileri üzerinde olumlu değişiklikler oluşturduğu ortaya çıkarılmıştır.

Süle (2012) tarafından üniversite öğrencilerine verilen tüketici eğitiminin katkısını ortaya koymak amacıyla yapılan çalışmada, öğrencilerin üniversiteye gelene kadar belirli tüketim alışkanlıkları ve tercihlerinin oluştuğunu ve bu nedenle yapılan tüketici eğitiminin yeni alışkanlıklar kazandırma konusunda yetersiz olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Malbeği ve Sağlam (2013) tarafından 4. sınıf öğrencilerinin bilinçli tüketiciliğe ilişkin görüşlerini ortaya koymak amacıyla yaptıkları çalışmada araştırmaya katılan öğrencilerin bilinçli tüketicilikle ilgili doğru bilgilere sahip oldukları ve kendilerini bilinçli tüketiciler olarak gördükleri tespit edilmiştir.

Özkaya'nın (2013), ortaokul öğrencilerinin tüketici eğitimi konusundaki bilgi ve tutumlarını ölçmeye yönelik yaptığı çalışmada, öğrencilerin tüketici eğitimi konusunda bilgilerinin yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Anne-babanın mesleki durumları ve eğitim durumlarına göre öğrencilerin tüketici eğitimi bilgi düzeyleri arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir.

Akhan ve Kılıçoğlu (2014) tarafından ortaokul 8. sınıf öğrencilerinin sosyal bilgiler programında yer alan ekonomik kavramları anlama düzeylerini tespit etmeyi amaçladıkları çalışmada, öğrencilerin ekonomi, üretim, tüketim, pazar, ticaret, tasarruf, israf, girişimci, bütçe gibi kavramları sınırlı anlama düzeyinde; para, ithalat, ihracat ve ihtiyaç kavramlarını ise anlama düzeyinde bildikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Danilane ve Marzano (2014) tarafından yapılan çalışmada tüketici eğitiminin, topluma olumlu katkılar sağladığı ifade edilmiştir. Ayrıca iyi bir tüketici eğitimi almış bireylerin; sorumluluk duygusunun geliştiği ve tüketimin yerel ve küresel ölçekteki sonuçlarının yol açtığı etkilerin farkında olduğu belirtilmiştir.

Ersoy ve Papatğa'nın (2015) ilkökul öğrencilerinin hikâyeler yoluyla bilinçli tüketici farkındalıklarının nasıl geliştirildiğini incelemek amacıyla yaptıkları araştırmanın sonuçlarına göre derslerde hikâyelerin kullanılmasıyla öğrencilerin bilinçli tüketici davranışlarını kazandıkları ve bu davranışları artık yaptıklarını ifade ettikleri görülmüştür.

Uyanık'ın (2015) 4. sınıf öğrencilerinin bilinçli tüketicilik durumlarını incelemek amacıyla yapmış olduğu çalışmada elde edilen bulgulara göre öğrencilerin “her zaman” biçiminde ifade edilen üst düzey bilinçli tüketiciliğe sahip oldukları tespit edilmiştir. Bununla birlikte öğrencilerin bilinçli tüketicilik düzeylerinin okulun bulunduğu sosyo-ekonomik çevreye, annenin ve babanın eğitim düzeyine, ailenin aylık gelir düzeyine, annenin ve babanın mesleki durumuna ve öğrencilerin harçlıklarını biriktirme durumuna göre anlamlı bir biçimde farklılaştığı; cinsiyet durumu ve elde edilen harçlığın miktarına göre anlamlı bir biçimde farklılaşmadığı belirlenmiştir.

Polat ve Ünişen'in (2016) ebeveynlere göre öğrencilerin bilinçli tüketici olma durumlarının değerlendirildiği çalışmada öğrencinin başarı faktörü nerden kaynaklanırsa kaynaklansın, başarılı öğrenci aynı zamanda bilinçli tüketici olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Ergenlik dönemindeki öğrencilerin tüketim sürecinde ne ölçüde bilinçli olduklarını ortaya çıkarmayı amaçlayan Uysal (2017), kız öğrencilerin erkek öğrencilere göre tüketim sürecinde daha bilinçli hareket ettiklerini, ilde yaşayan öğrencilerin diğer yerleşim birimlerinde yaşayan öğrencilere göre tüketim sürecine daha bilinçli katıldıklarını, 5. sınıfa devam eden öğrencilerin diğer eğitim kademelerindeki öğrencilere göre daha bilinçli hareket ettiklerini, anne-babası üniversite mezunu olan öğrencilerin tüketim sürecinde daha bilinçli olduklarını tespit etmiştir.

Alimcan'ın (2018) ortaokul öğrencilerinin bilinçli tüketicilik düzeylerini çeşitli değişkenler açısından incelediği çalışmada, bilinçli tüketicilik puanlarının okullara göre farklılaştığı, cinsiyete göre farklılık görülmediği, anne öğrenim durumu ilköğretim ve altı olan öğrencilerin “*Bütçe-Fiyat Bilincinin*” yüksek olduğu, baba öğrenim durumu yüksek olanların “*Kalite Bilinci*” puanlarının yüksek çıktığı görülmüştür.

Araboğa (2018), çizgi filmlerde çocukları etkileyen içeriklerin bulunmadığı ve çizgi filmlerde bulunan çocukların satın alma davranışında rol oynayan ürünlere olan ilgilerinin de olumsuz olduğu tespit edilmiştir. Son olarak Toy (2019), öğrencilerin ilköğretimde verilen eğitimin tüketici haklarının ne olduğunu bilme, satın aldıkları materyallerin son tüketim ve kullanım tarihine dikkat etme ve alışverişte aile gelir giderlerini dikkate alma gibi konularda etkili bulduklarını belirlemiştir.

Elde edilen araştırma sonuçları, bilinçli tüketicilik eğitimiyle ilgili ortaokul 5. sınıf kademesinde bir eylem araştırması çalışmasının yapılmadığını göstermektedir. Ayrıca birçok çalışmada bilinçli tüketicilik eğitiminin yararlarına vurgu yapılmış olmasına rağmen bilinçli tüketicilik eğitimi bütün süreçleriyle ele alan bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu yönüyle yürütülen bu araştırma, literatürdeki boşluğu doldurmak açısından önem taşımaktadır. Bu bilgilerden hareketle, 5. sınıf öğrencilerine bilinçli tüketicilik eğitimi vermeyi ve eğitim sürecinin katkılarını ortaya koymayı amaçlayan bu araştırma tasarlanmıştır.

BÖLÜM III

YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın modeli, eylem araştırması süreci, çalışma grubu, araştırma ortamı, araştırmacının rolü, veri toplama araçları, verilerin toplanması, verilerin analizi, güvenilirlik ve geçerlik çalışmaları, araştırma etiği ve araştırmada karşılaşılan sorunlara yer verilmiştir.

3.1. Araştırmanın Modeli

Bu araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden eylem araştırması deseni kullanılmıştır. Nitel araştırma; gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, kuram oluşturmayı temel alan bir anlayışla sosyal olguları bağlı oldukları sosyal çevre içerisinde araştırmayı ve anlamayı amaçlayan bir yaklaşımdır (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 39). Derin ve ayrıntılı konularda çalışmaya imkân veren nitel araştırma yöntemleri, daha az sayıdaki kişi ve durum üzerinde uygulanmış olsalar bile çok daha fazla ve detaylı bilgiye ulaşılmaya olanak sağlamaktadır (Patton, 2018: 14).

Araştırmada kullanılan eylem araştırması modeli, geniş uygulama yelpazesıyla özellikle eğitim alanında kullanılan yaygın bir yöntemdir (Glesne, 2012; Berg ve Lune, 2015). Eylem araştırmaları, öğretmenlerin eğitim ortamında karşılaştıkları sorunları çözmeleri, öğretimin kalitesini geliştirmeleri ve kendi mesleki performanslarını artırmalarını sağlamak için yürütülmektedir (Creswell, 2012). Bununla beraber eylem araştırmalarında araştırmacının bakış açısından kaynaklanan ayrıntıların ve karmaşık rutinlerin tamamen kullanılmasının yerine araştırma kapsamına giren her bireyle işbirliği yapılır (Berg ve Lune, 2015). Eylem araştırmasının bu özellikleri dikkate alınarak bilinçli tüketicilik eğitiminin kalitesini arttırmak ve öğretim sürecinde karşılaşılan sorunların çözümünü sağlamak amacıyla bu desen tercih edilmiştir.

3.1.1. Eylem Araştırması Süreci

Eylem araştırması uygulamasına geçilmeden önce ilk olarak araştırma konusu belirlenmiştir. Araştırma konusunun belirlenmesinin ardından sırasıyla eylem ve

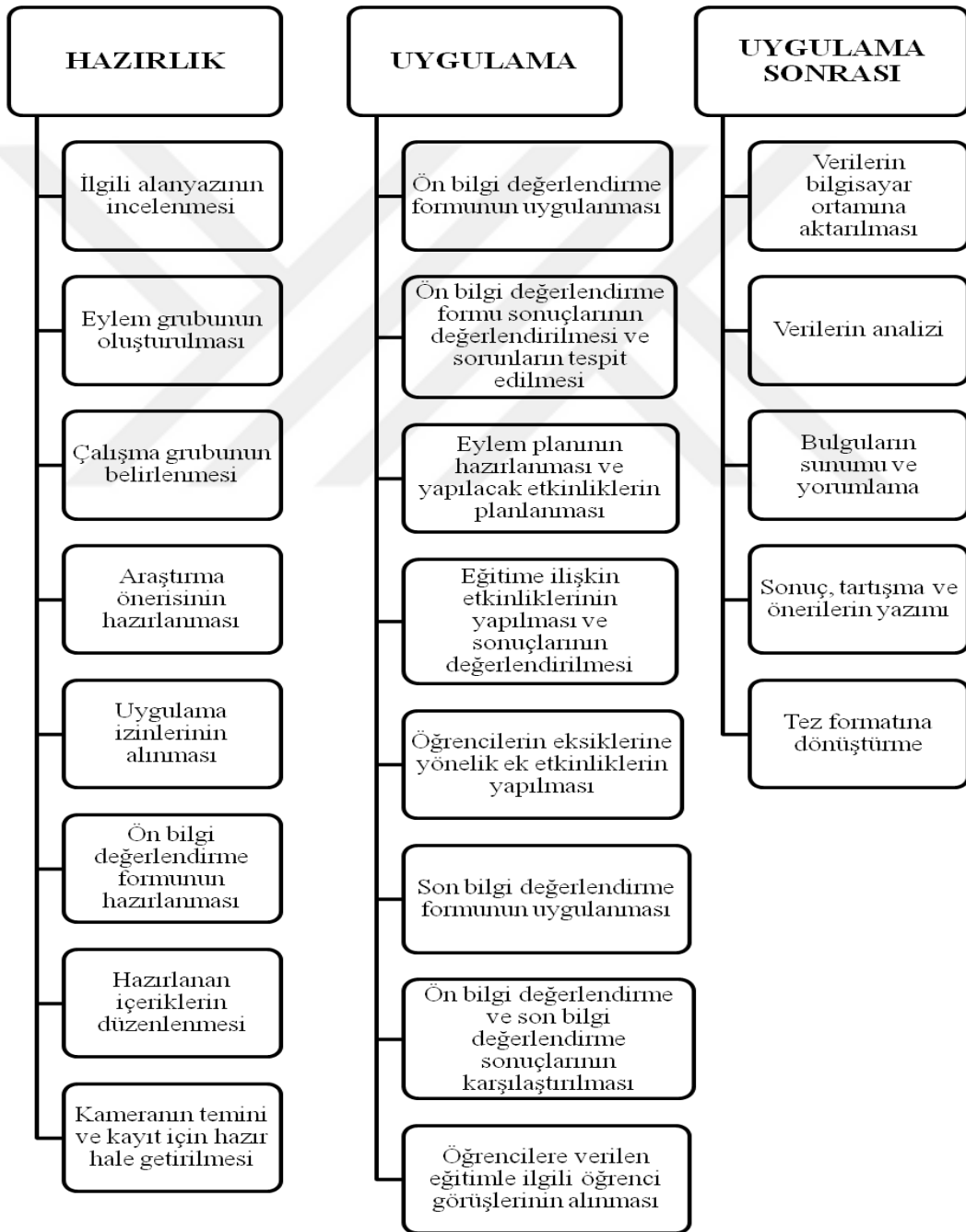
çalışma grubu oluşturulmuştur. Eylem grubu, 1 akademisyen ve 1 araştırmacı öğretmenden oluşmaktadır. Eylem grubu, öğrencilerin başarılarının nasıl artırılacağına yönelik görüş alışverişi gerçekleştirmiş ve 3 haftalık eylem süreci (4-25 Nisan 2019) planlanmıştır. Uygulama yapılan sınıfın haftalık 3 saat sosyal bilgiler dersi bulunmaktadır. Uygulamanın başarısını arttırmak ve eksiklerin giderilmesi amacıyla bazı etkinlikler seçmeli derste yapılmıştır. Toplamda 12 ders saati boyunca yapılan uygulamaların takvimi, Tablo 3'te sunulmuştur:

Tablo-3: Uygulama Takvimi

Uygulama Tarihi	Uygulamalar	Uygulama Yeri
4 Nisan 2019	Ön Bilgi Değerlendirme Formunun Uygulanması	Sınıf
8-12 Nisan 2019	İhtiyaç mı İstek mi Etkinliği	Sınıf
	İhtiyaç Listesi Hazırlama	Sınıf
	Aile Bütçesi Hazırlama	Ev
	Piyasa Araştırması	Satış Yeri
	Bilinçli Tüketici Öğrenci Eğilimlerini Belirleme Soruları	Ev
	Veli Görüşmeleri (Aile Tüketim Eğilimlerini Belirleme)	Ev
	Bilinçli Tüketicinin Özellikleri	Sınıf
15-19 Nisan 2019	Logo ve Amblem Çalışması	Sınıf
	Bilinçli Tüketici Görsel Yorumlama	Sınıf
	Bilinçli Tüketici Karikatürü Yorumlama	Sınıf
	Bilinçli Tüketici Kavram Bulmacası (Kavram Bulma)	Sınıf
	Kavram Kartları Etkinliği	Sınıf
	Bilinçli Tüketici Kavramları (Anagram Bulmaca)	Sınıf
	Bilinçli Tüketicinin Özellikleri (Yapılandırılmış Grid)	Sınıf
	Ayıplı Mal Karikatürü Yorumlama	Sınıf
	Alo 174 Gıda Hattı'yla Görüşme Yapma	Sınıf
	Drama Çalışması	Sınıf
22-24 Nisan 2019	Bilinçli Tüketici Zihin Haritası	Ev
	Broşür ve Slogan Hazırlama	Ev
	Pano Çalışması	Sınıf
	Bilinçli Tüketicinin Hak Arama Döngüsü	Sınıf
	Yarı Yapılandırılmış Senaryo Tamamlama	Sınıf
25 Nisan 2019	Tüketici Hakem Heyeti'ne Başvuru Dilekçesi Yazma	Sınıf
	Son Bilgi Değerlendirme Formunun Uygulanması	Sınıf
29 Nisan 2019	Yapılandırılmış Görüşme Formunun Uygulanması	Sınıf

Çalışmanın verileri, sosyal bilgiler öğretmeni olan araştırmacı tarafından toplanmıştır. Eylem sürecinde eş zamanlı olarak derslerin anlatımı, aktif öğrenme yöntem ve tekniklerini içeren etkinliklerin uygulanması ve derslerin video çekimi gibi çeşitli faaliyetler yapılmıştır. Çalışmada takip edilen eylem araştırması süreci, aşağıdaki Şekil 1’de ayrıntılı olarak sunulmuştur:

Şekil-1: Eylem Araştırması Süreci



Şekil 1'de görüldüğü üzere eylem araştırmasının hazırlık aşamasında ilk olarak ilgili alanyazın incelenmiştir. Araştırmacıların alanyazın incelemelerinde, bilinçli tüketicilik eğitimi kapsamında eylem araştırması çalışmalarının olmadığı görülmüştür. Bu alandaki eksiklikler ve mevcut okul uygulamalarında bilinçli tüketicilik eğitiminin yapılmaması, bilinçli tüketicilik eğitimine ilişkin bir eylem araştırması yapma fikrini doğurmuştur. Bu doğrultuda 5. sınıf öğrencileri üzerine bir eylem araştırması çalışması tasarlanmıştır. Araştırma konusunun belirlenmesinden sonra eylem ve çalışma grubu oluşturulmuştur. Devamında ise eylem grubu tarafından araştırma önerisi hazırlanmış ve uygulama izinleri alınmıştır. Gerekli izinlerin alınmasının ardından öğrencilerin konuyla ilgili hazırbulunuşluklarını tespit etmek amacıyla Ön Bilgi Değerlendirme Formu hazırlanmıştır. Araştırmanın hazırlık aşamasının son bölümünde ise ders içerikleri düzenlenmiş ve dersleri kaydedecek kameraların temini sağlanmıştır.

Araştırmanın uygulama aşamasında öncelikle öğrencilerin konuyla ilgili bilgi durumlarını tespit etmek amacıyla Ön Bilgi Değerlendirme Formu uygulanmıştır. Bununla birlikte Ön Bilgi Değerlendirme Formunun sonuçları değerlendirilerek konuyla ilgili sorunların tespit edilmesi sağlanmıştır. Sorunların tespit edilmesinin ardından eylem planı hazırlanmış ve derste yapılacak etkinlikler planlanmıştır. Uygulayıcı öğretmen ve akademisyen araştırmacı tarafından öğrencilerin seviyelerine uygun olarak bilinçli tüketicilik konuları ile ilgili etkinlikler hazırlanmış ve derslerde bu etkinlikler yapılmıştır. Ayrıca öğrencilerin konuyla ilgili eksikliklerini gidermek amacıyla ek etkinlikler de tasarlanmıştır. Etkinliklerin tamamlanmasının ardından Ön Bilgi Değerlendirme Formu, öğrencilere tekrar uygulanmış ve öğrencilerin uygulama öncesindeki ve sonrasındaki bilgileri karşılaştırılmıştır. Uygulama aşamasının son bölümünde ise yapılandırılmış görüşme formu aracılığıyla, bilinçli tüketicilik eğitimi ve bilinçli tüketiciliğe ilişkin öğrenci görüşmeleri yapılmıştır. Bu aşamada, öğrenci görüşmelerinin yarı yapılandırılmış görüşmeler yoluyla yapılmasına karar verilmesine rağmen öğrencilerin servisle okula gidip gelmeleri, ders çıkışında yetiştirme kurslarının olması, okul içi etkinlikler, öğrencilerin sınavları ve öğrenci devamsızlıklarının buna imkân vermemesi görüşme tekniğinde değişiklik yapılmasına neden olmuştur. Bu nedenlerden ötürü, öğrenci

görüşmeleri, yarı yapılandırılmış görüşme yerine yapılandırılmış görüşme tekniği ile gerçekleştirilmiştir. Öğrencilerle yapılan görüşmelerden sonra araştırmanın uygulama aşaması sonra ermiş ve uygulama sonrası yapılacak çalışmalara geçilmiştir.

Uygulama sonrası yapılan ilk iş, verilerin bilgisayar ortamına aktarılması olmuştur. Verilerin bilgisayar ortamına aktarılmasından sonra süreç boyunca toplanan diğer verilerle karşılaştırılmıştır. Bu aşamanın devamında bulguların sunumu yapılmış ve yorumlarda bulunulmuştur. Daha sonra sonuç, tartışma ve önerilerin yazılması aşamasına geçilmiştir. Son olarak, yapılan çalışma tez formatına dönüştürülmüş ve araştırma sona ermiştir. Ancak eylem araştırması modeline uygun olarak tüm süreç boyunca verilerin analizi sürdürülmüştür.

3.1.2. Eylem Araştırması Sürecinde Yapılan Etkinlikler

Araştırma amacı doğrultusunda, bilinçli tüketicilik eğitimine uygun olarak bazı etkinlikler oluşturulmuştur. Etkinlikler oluşturulurken sosyal bilgiler öğretim programında yer alan ilgili kazanım, değer ve beceriler esas alınmıştır. Eylem araştırmasında yapılan etkinliklere Tablo 4'te yer verilmiştir:

Tablo-4: Eylem Araştırması Sürecinde Yapılan Etkinlikler

Etkinlikler	Uygulama	Uygulama
	Yeri	Tipi
İhtiyaç mı İstek mi Etkinliği	Sınıf	Grup
İhtiyaç Listesi Hazırlama	Sınıf	Grup
Aile Bütçesi Hazırlama	Ev	Bireysel
Piyasa Araştırması	Satış Yeri	Bireysel
Bilinçli Tüketicilik Öğrenci Eğilimlerini Belirleme Soruları	Ev	Bireysel
Veli Görüşmeleri (Aile Tüketim Eğilimlerini Belirleme)	Ev	Bireysel
Bilinçli Tüketicinin Özellikleri	Sınıf	Grup
Logo ve Amblem Çalışması	Sınıf	Grup
Bilinçli Tüketicilik Görsel Yorumlama	Sınıf	Grup
Bilinçli Tüketicilik Karikatürü Yorumlama	Sınıf	Grup
Bilinçli Tüketicilik Kavram Bulmacası (Kavram Bulma)	Sınıf	Grup
Kavram Kartları Etkinliği	Sınıf	Grup
Bilinçli Tüketicilik Kavramları (Anagram Bulmaca)	Sınıf	Grup
Bilinçli Tüketicinin Özellikleri (Yapılandırılmış Grid)	Sınıf	Grup

Ayıplı Mal Karikatürü Yorumlama	Sınıf	Grup
Alo 174 Gıda Hattıyla Görüşme Yapma	Sınıf	Grup
Drama Çalışması	Sınıf	Grup
Bilinçli Tüketici Zihin Haritası	Ev	Bireysel
Broşür ve Slogan Hazırlama	Ev	Bireysel
Pano Çalışması	Sınıf	Bireysel
Bilinçli Tüketicinin Hak Arama Döngüsü	Sınıf	Grup
Yarı Yapılandırılmış Senaryo Tamamlama	Sınıf	Grup
Tüketici Hakem Heyeti'ne Başvuru Dilekçesi Yazma	Sınıf	Grup

Eylem araştırmasında yapılan etkinlikler, veri toplama araçları ve veri toplama süreci bölümünde ayrıntılı olarak açıklanmıştır.

3.2. Çalışma Grubu

Araştırma yönteminin önemli parçalarından biri kimlerin araştırmaya dâhil edileceğidir. Araştırma sorularının en iyi şekilde cevaplandırılmasında, verimli şekilde ilişki kurulabilecek katılımcıların seçilmesi gerekmektedir (Maxwell, 2018: 99). Bu bağlamda araştırmanın çalışma grubunu Konya ilinde hizmet veren bir devlet okulunun 5. sınıfında öğrenim gören 23 (13 kız ve 10 erkek) öğrenci oluşturmaktadır. Çalışma grubu, amaçlı örnekleme yöntemi kullanılarak belirlenmiştir. Pek çok araştırmada herkesle görüşme gerçekleştirmek veya konuyla ilgili her şeyi gözlemleyebilme imkânı olmadığından kişileri, olayları ve zamanları seçmek için gerekçeleri olan bir yöntem ihtiyacı vardır (Glesne, 2012). Araştırmanın yapısına uygun olması ve maksimum düzeyde veri elde etmek amacıyla çalışma grubu amaçlı örnekleme yöntemiyle belirlenmiştir.

Amaçlı örnekleme, bilgi açısından zengin olduğu düşünülen durumların çalışılmasına olanak sağlamaktadır (Büyüköztürk vd., 2016). Ayrıca amaçlı örnekleme, ilgilendiğimiz evrenin karakteristik özelliklerini eleştirel bakış açısıyla düşünmemizi ve bu temelden yola çıkarak örnek olay ya da durumu dikkatlice seçmemizi sağlar (Silverman, 2018). Bu yöntemle, öğrencilere verilen bilinçli tüketici eğitime ilişkin derinlemesine bilgi edinmek amaçlanmıştır.

3.3. Araştırma Ortamı

Araştırma yönteminin önemli parçalarından biri araştırmanın nerede gerçekleştirileceğidir (Maxwell, 2018). Bu araştırma, 2018-2019 eğitim öğretim yılında Konya ili Karatay ilçesinde hizmet veren bir devlet ortaokulunda yapılmıştır. Okul, sosyo-ekonomik düzeyleri orta ve ortanın altında öğrencilerin devam ettiği bir okuldur. Okulda tam gün eğitim yapılmaktadır. Çalışma, okulun tek 5. sınıfı olan 5/A sınıfında yürütülmüştür. 5/A sınıfında, 18 erkek 18 kız olmak üzere 36 öğrenci bulunmaktadır. Sınıfta akıllı tahta, 36 öğrenci sırası, öğretmen masası, sınıf dolabı, beyaz tahta ve 3 tane sınıf panosu bulunmaktadır. Uygulamanın yapılması için Konya İl Milli Eğitim Müdürlüğü'nden yasal izinler alınmıştır (Ek-1). Ayrıca araştırmada yer alacak öğrencilerin ailelerinden “Veli Onam Formu”yla (Ek-2) izin alınmıştır.

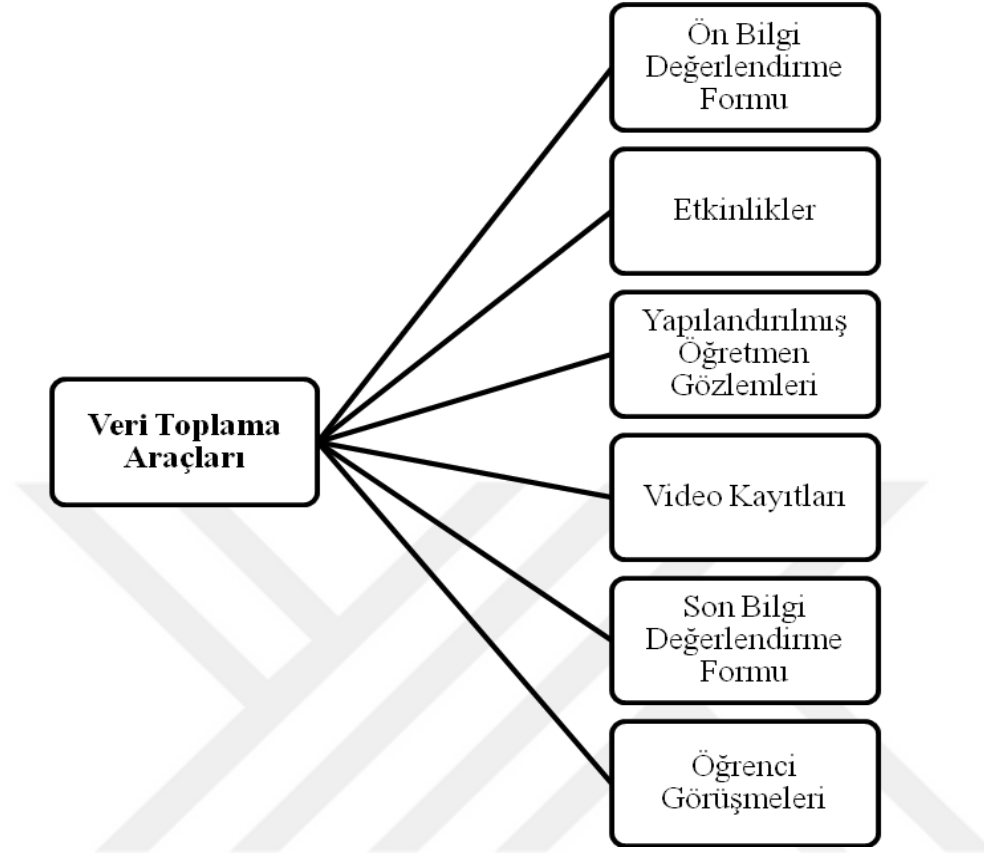
3.4. Araştırmacının Rolü

Bu çalışmadaki araştırmacı, ilköğretim sosyal bilgiler öğretmenliği mezunudur ve 11 yıllık mesleki deneyime sahiptir. Nitel araştırmalarda çalışma alanına girerek insanlar ve koşullarla olabildiğince yakın ilişkiler kurmak önemlidir (Patton, 2018: 48). Araştırmacı, uygulama yapılan okulda 4 yıldır öğretmenlik yapmakta ve uygulama sınıfında sosyal bilgiler dersini okutmaktadır. Bu kapsamda araştırmanın uygulaması, dersin öğretmeni tarafından yürütülmüştür. Bununla birlikte çalışmanın bütün verileri öğretmen tarafından toplanmıştır.

3.5. Veri Toplama Araçları ve Veri Toplama Süreci

Veri toplama, ortaya çıkan araştırma problemlerine cevap verebilmek için nitelikli bilgiler toplamayı amaçlayan, birbiriyle ilişkili bir dizi faaliyettir (Creswell, 2018). Bu araştırmada, daha kapsamlı ve çeşitli veriler elde etmek amacıyla (Silverman, 2018) üçgenleme yöntemi kullanılmıştır. Üçgenleme yöntemi, teoriyi destekleyecek kanıtların, farklı kaynakların ve çoklu veri toplama yöntemlerinin bir arada kullanılmasıdır (Berg ve Lune, 2015). Bu kapsamda doküman, görüşme ve gözlemlerle veri çeşitliliği sağlanmıştır. Araştırmada kullanılan veri toplama araçları Şekil 2'de görülmektedir:

Şekil-2: Veri Toplama Araçları



Araştırma kapsamında kullanılan veri toplama araçları, aşağıda sırayla açıklanmıştır.

3.5.1. Ön Bilgi ve Son Bilgi Değerlendirme Formu

Ön Bilgi Değerlendirme Formu, dört bölümden oluşmaktadır. Formun birinci bölümünde öğrencilerden bilinçli tüketicilikle ilgili bazı kavramların tanımını yapmaları ve açıklamaları istenmiştir. İkinci bölümde doğru-yanlış sorularına; üçüncü bölümde boşluk doldurma sorularına ve dördüncü bölümde çoktan seçmeli sorulara yer verilmiştir. Bu form, Son Bilgi Değerlendirme Formu adıyla eylem araştırmasının sonunda öğrencilere tekrar uygulanmış ve öğrencilerin uygulama öncesindeki ve sonrasındaki bilgileri karşılaştırılmıştır (Ek-3). Bu formun hazırlanmasında Milli Eğitim Bakanlığı tarafından hazırlanan www.eba.gov.tr adlı eğitim bilişim ağı platformundan yararlanılmıştır.

3.5.2. Etkinlikler

Bu araştırmada, bilinçli tüketicilik konularının öğrenilmesine katkı sağlaması amacıyla 23 adet etkinlik hazırlanmıştır. Etkinliklerin hazırlanmasında Türkiye’de uygulanmakta olan yapılandırmacı öğrenme modeli ve 2018 Sosyal Bilgiler Öğretim Programı esas alınmıştır. Ayrıca uygulama yapılan okulun ve sınıfın yapısı ile öğrenci ihtiyaçları da dikkate alınmıştır. Etkinlikler, Ön Bilgi Değerlendirme Formu uygulandıktan sonra tespit edilen sorunlara yönelik olarak hazırlanmıştır. Eylem araştırmasında yer alan etkinlikler, aşağıda açıklanmıştır:

İhtiyaç mı İstek mi Etkinliği: Bilinçli tüketicilik konusuna giriş niteliğinde tasarlanan bu etkinlikte, öğrencilerden etkinlik kâğıdındaki tabloda yer alan bazı ürün ve hizmetlerin ihtiyaç mı istek mi olduklarını belirtmeleri istenmiştir. Öğrencilerin tabloyu doldurmalarının ardından ürünlerin ihtiyaç mı istek mi olduğuna ilişkin öğrenci cevapları sınıfta okutulmuştur. Etkinlikte yer alan diğer bir bölümde, tabloda yer alan ürün veya hizmet örneklerinden beş tanesini önem sırasına göre sıralamaları istenmiştir. Etkinliğin devamında ihtiyaçların mı isteklerin mi öncelikli olduğuna yönelik öğrenci görüşleri alınmış ve tartışılmıştır (Ek-4).

İhtiyaç Listesi Hazırlama: Bu etkinlikte, öğrencilerden bir ihtiyaç listesi hazırlaması ve bu ihtiyaç listesinin hazırlanmasında neleri göz önünde bulundurduklarını açıklamaları istenmiştir. Ayrıca ihtiyaç listesi hazırlamanın ne gibi faydalarının olduğuna ilişkin değerlendirmeler yapılması amaçlanmıştır. Etkinliğe başlamadan önce aile bireylerinin, evin veya kişisel temel ihtiyaçları karşılamak için belirli zamanlarda alışverişe çıktıkları ve alışverişe çıkmadan önce ihtiyaç listesini hazırladıkları bilgisi verilmiştir. Devamında öğrencilerden, örnek bir ihtiyaç listesi yapmaları istenmiştir. Öğrencilerin hazırlamış oldukları ihtiyaç listesinin sınıfta okunmasının ardından gerekli düzeltmeler yapılmıştır. Daha sonra ihtiyaç listesinin hazırlanmasında nelerin etkili olduğuy, ihtiyaç listesi hazırlamanın ne gibi faydalarının olduğuy ve ihtiyaçların karşılanması veya karşılanmaması durumlarında insanların neler hissettikleri ile ilgili etkinlik bölümüne geçilmiştir. Son bölümde öğrencilere, ihtiyaçların karşılanması veya karşılanmaması durumunda kendilerini

nasıl hissettiklerine ilişkin bir soru yöneltilmiş ve öğrencilerin duygularını ifade etmeleri sağlanmıştır (Ek-5).

Aile Bütçesi Hazırlama: Bu etkinlikte, öğrencilerden aileleriyle birlikte aylık bir bütçe hazırlamaları istenmiştir. Etkinlik kâğıdını dağıtmadan önce öğrencilere bütçe kavramıyla ilgili bazı bilgiler verilmiştir. Bu bilgilerde bütçenin, paranın nasıl kullanılacağına planlanması olduğu; aile bütçesinin ise ailemizin gelir ve giderlerini gösteren liste olduğu anlatılmıştır. Bununla birlikte her ailenin gelirine göre hazırlayacağı bir bütçesinin olması gerektiği ve aile bütçesini hazırlarken de gelir ve giderlerin denk olmasına dikkat edilmesi gerektiği ifade edilmiştir. Ayrıca özellikle bütçenin giderler bölümünde; ev kirası, yakıt, elektrik, su gibi temel ihtiyaçlarımıza öncelik verilmesinin önemi öğrencilere anlatılmıştır. Öğrencilere gerekli açıklamaların yapılmasının ardından etkinlik kâğıdı öğrencilere dağıtılmış ve aileleriyle beraber bir aile bütçesi hazırlamaları istenmiştir. Etkinliğin tamamlanması için gereken zaman planlaması yapılmış ve etkinliklerin değerlendirilmesinin yapılacağı ders saati de öğrencilere bildirilmiştir. Daha sonra sınıf ortamında, aile bütçesi hazırlamanın nedenleri, yararları, bütçenin unsurları ve bütçe hazırlama süreci ile ilgili öğrenciler değerlendirmeler yapmıştır (Ek-6).

Piyasa Araştırması: Bu etkinlikte, öğrencilere piyasa araştırması formu verilmiştir. Formun üzerinde yer alan gıda ürünlerinin farklı satış yerlerinde hangi fiyatlarla satışa sunulduğunu araştırmaları istenmiştir. Sınıf ortamında ise ürün fiyatlarının farklı olmasının tüketiciler için nasıl bir önem arz ettiği ile ilgili öğrenci görüşlerinin alınması ve tartışma ortamının sağlanması hedeflenmiştir. Etkinlik kâğıdını dağıtmadan önce öğrencilere piyasa araştırması ile ilgili bazı bilgiler verilmiştir. Piyasa araştırmasının, satın alınması düşünülen ürün veya hizmetlerin fiyatlarının farklı yerlerden araştırılarak çeşitli bakış açılarıyla karşılaştırmaların yapılması olduğu öğrencilere anlatılmıştır. Öğrencilere gerekli açıklamaların yapılmasının ardından bazı gıda ürünlerinin yazılı olduğu etkinlik kâğıdı öğrencilere dağıtılmıştır. Öğrencilerden, isterlerse satış yerlerine bizzat giderek ya da genel ağ (internet) hizmetlerini kullanarak bu ürünlerin piyasa araştırmalarını yapmaları istenmiştir. Daha sonra öğrencilerin yapmış oldukları piyasa araştırmasının sınıf ortamında değerlendirilmiştir. Piyasa araştırmasının nasıl yapıldığı, piyasa

araştırması yapmanın faydalarının neler olduğu, aynı ürünün farklı satış yerlerinde farklı fiyatlarda satışa sunulmasının neyi ifade ettiği üzerine sınıf ortamında öğrenci görüşleri doğrultusunda tartışmalar yapılmıştır (Ek-7).

Bilinçli Tüketiciлик Öğrenci Eğilimlerini Belirleme Soruları: Bu etkinlikte, öğrencilere harçlık alma durumları, ürün satın alırken nelere dikkat ettikleri, ürünleri nerelerden satın aldıkları, kiminle alışveriş yaptıkları, fiş veya fatura almanın önemi, tüketici sorunu yaşadıklarında ne yapacakları vb. soruların olduğu bir form dağıtılmıştır. Formda yer alan sorularla öğrencilerin tüketim alışkanlıkları ve tüketici davranışlarıyla ilgili eğilimlerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Evde doldurulan formlarda yer alan sorular öğrencilere tekrar yöneltilmiş ve bu konularla ilgili öğrencilerin düşünceleri alınmıştır. Öğrenciler tarafından cevaplanan soru formları araştırmacı tarafından toplanmış ve öğrencilerin bilinçli tüketiciлик eğilimlerini belirlemek için kullanılmıştır (Ek-8).

Veli Görüşmeleri (Aile Tüketim Eğilimlerini Belirleme): Bu etkinlikte, öğrenci velilerinin tüketim eğilimlerini belirlemek amacıyla çeşitli soruların olduğu bir form hazırlanmıştır. Öğrencilerin, evde aileleriyle yapmış oldukları görüşmelerde ebeveynlerinin ihtiyaç listesi hazırlama, fiyat araştırması yapma, bir ürünü satın alma nedenleri, gıda ve giyim alışverişlerinin nerelerden yapıldığı, birikim ve tasarruf gibi bilinçli tüketicilikle ilgili konularda ne düşündükleri ve nasıl davrandıklarıyla ilgili fikir edinmeleri amaçlanmıştır. İlgili sınıf ortamında değerlendirilmiş ve öğrencilerin yaptığı görüşme sonuçları üzerinden tartışmalar yürütülmüştür (Ek-9).

Bilinçli Tüketicinin Özellikleri: Bu etkinlikte, bilinçli tüketicinin hangi özelliklere sahip olması gerektiğiyle ilgili anlatımlara geçilmeden önce, öğrencilerin bilinçli tüketicinin özellikleriyle ilgili mevcut bilgilerini tespit etmek amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda öğrencilerden etkinlik kâğıdına bilinçli tüketicinin sahip olması gereken özellikleri yazmaları istenmiştir. Öğrencilerin etkinlik kâğıdını doldurmalarının ardından bilinçli tüketicinin sahip olması gereken özelliklerle ilgili değerlendirmeler yapılmıştır. Öğrencilerin vermiş oldukları cevaplarla ilgili öğretmen tarafından gerekli düzeltmeler ve geri bildirimler konunun akışına göre yapılmıştır (Ek-10).

Logo ve Amblem Çalışması: Bu etkinlikte, TSE damgası, Alo 174 Gıda Hattı, Alo 175 Tüketici Danışma Hattı, üretim ve son kullanma tarihi, yerli üretim, geri dönüşüm, barkod numarası ve ürün etiketi gibi bilinçli tüketicilikle ilgili logo ve amblemler verilmiştir. Öncelikle öğrenciler, etkinlik kağıdına logo ve amblemlerin açıklamalarını yapmışlardır. Daha sonra öğrencilerle birlikte etkinlik cevaplanmıştır. Etkinlikte, öğrencilerin gündelik hayatta pek çok kez karşılaştıkları bilinçli tüketicilikle ilgili logo ve amblemleri tanımaları ve bunların neyi ifade ettiklerini öğrenmeleri amaçlanmıştır (Ek-11).

Bilinçli Tüketicilik Görsel Yorumlama: Bu etkinlikte, tüketici hakları ve yerli üretimin anlatıldığı 3 adet görseli öğrencilerden yorumlamaları istenmiştir. Öğrenciler, görsellerle ilgili düşüncelerini etkinlik kâğıdına yazmışlardır. Öğrenci cevapları sınıf içerisinde okutulmuştur. Görselleri yanlış algılayan öğrencilerin eksikleri, görsellerle ilgili açıklamaların yapıldığı esnada giderilmeye çalışılmıştır. Yapılan bu etkinlikte, öğrencilerin özellikle tüketici haklarını etkin bir şekilde kullanmasını ve yerli üretimin ülke kalkınmasındaki önemini kavramalarını sağlamak amaçlanmıştır (Ek-12).

Bilinçli Tüketicilik Karikatürü Yorumlama: Bu etkinlikte, alışveriş merkezinde bir ürünü satın almayı düşünen çocuk tüketici ile ilgili karikatür verilmiştir. Karikatürde, alışveriş sırasında reyonda evindeki oyuncuğun farklı bir rengini gören çocuğun ürünü alıp almama konusunda kararsızlık işlenmektedir. Bu durumda bilinçli bir tüketicinin ne yapması gerektiğine ilişkin yorumların etkinlik kağıdına yazılması istenmiştir. Etkinlikle, bilinçli tüketicinin davranışlarını açıklama, istek ve ihtiyaçları ayırt etme, karar verme ve öz denetim gibi becerilerinin geliştirilmesine katkıda bulunmak amaçlanmıştır (Ek-13). Bu etkinliğin tasarlanmasında TÜKÇEV Önce Çocuk Dergisi'nin 2012 yılı 3. sayısında yer alan karikatürden yararlanılmıştır (TÜKÇEV, 2012: 8).

Bilinçli Tüketicilik Kavram Bulmacası (Kavram Bulma): Bu etkinlikte, bilinçli tüketicilikle ilgili tüketici, ambalajlı ürün, ihtiyaç, tüketici hakları, istek, fiş, garanti belgesi, bütçe, mal, ayıplı mal, sağlıklı gıda, cayma hakkı ve alışveriş gibi kavramlar

bulmacanın içine gizlenmiştir. Böylece öğrencilerin gizlenen kavramları bulması ve tanınması hedeflenmiştir (Ek-14).

Kavram Kartları Etkinliği: Bu etkinlikte, bilinçli tüketicilikle ilgili kavramların doğru bir şekilde eşleştirmeleri için bir çalışma kartları verilmiştir. Ardından öğrenciler, bu kartlardaki kavramlarla açıklamaları eşleştirmişlerdir. Öğrencilerin verdiği cevaplara göre gerekli düzeltmeler ve geri bildirimler yapılmıştır (Ek-15).

Bilinçli Tüketicilik Kavramları (Anagram Bulmaca): Bu etkinlikte, bilinçli tüketicilikle ilgili kavramların öğrenilmesini sağlamak amacıyla bir anagram bulmaca hazırlanmıştır. Bulmacada, bazı bilinçli tüketicilik kavramlarının tanımlamaları yapılmıştır. Öğrencilerden, kendilerine karışık olarak verilen bu kavramları uygun şekilde eşleştirmişleri istenmiştir. Etkinliğin başında öğrencilere, anagram bulmaca etkinliğinin nasıl yapılacağı açıklanmıştır. Etkinlik sırasında öğrencilerle birlikte cevaplar değerlendirilmiştir (Ek-16).

Bilinçli Tüketicinin Özellikleri (Yapılandırılmış Grid): Bu etkinlikte, bilinçli tüketicinin özelliklerinin öğrenilmesi amacıyla yapılandırılmış grid çalışması geliştirilmiştir. Etkinlik kâğıdına, bilinçli tüketicide olması ve olmaması gereken bazı özellikler yazılmıştır. Öğrencilerden, bu özellikleri uygun özelliklerle eşleştirmesi istenmiştir. Öğrencilerin kendilerine verilen süre içerisinde etkinliği doldurmalarının ardından öğrencilerle beraber etkinlik cevaplanmış ve gerekli düzeltmeler yapılmıştır (Ek-17).

Ayıplı Mal Karikatürü Yorumlama: Bu etkinlikte, ayıplı mal kavramının yer aldığı tüketici sorunuyla ilgili bir karikatür verilmiştir. Öğrenciler tarafından bu tüketici sorununun ifade edilmesi ve yorumlanması hedeflenen etkinlikte, öncelikle öğretmen ve öğrenciler tarafından tüketici sorununu daha iyi ifade etmek adına başka örnekler de verilmiştir. Öğrencilerden bilinçli bir tüketicinin örnek olayda ne yapması gerektiğiyle ilgili değerlendirmelerde bulunmaları istenmiştir. Öğrencilerin etkinlik kâğıdına yazmış oldukları cevaplar okutulmuş ve bilinçli tüketicinin hangi davranışları sergilemesi gerektiğiyle ilgili açıklamalar yapılmıştır (Ek-18). Bu etkinlikte kullanılan karikatür, www.karikaturu.com adlı internet sitesinden alınmıştır (Karikaturu, 2019).

Alo 174 Gıda Hattı'yla Görüşme Yapma: Bu etkinlikte, tüketicinin gıda güvenilirliği ile ilgili her türlü ihbar ve şikâyetlerini kolay bir şekilde ulaştırabilmesi amacıyla kurulan Alo 174 Gıda Hattı'yla (Alo 174 Gıda Hattı, 2019) öğrencilerin telefon görüşmesi yapması ve merak ettikleri soruları sorması sağlanmıştır. Özellikle tüketici haklarının etkin bir şekilde kullanılmasının önemini ortaya koymak amacıyla yapılan bu görüşmede, öğrencilerin hangi durumlarda bu hattı kullanabilecekleri, bu hattın hangi katkılarına olduğu, gıda tüketimiyle ilgili sorunlarla karşılaşıldığında ne yapılması gerektiği gibi konularda bilgi sahibi olunması hedeflenmiştir.

Drama Çalışması: Bu etkinlikte, tüketici sorunları ve tüketici hakları konusunda bilgi sahibi olma, tüketici haklarının önemini kavrama ve tüketici haklarını etkin bir şekilde kullanmaya yönelik tecrübeler kazandırmak amacıyla drama çalışması yapılmıştır. Drama çalışmasında öğrencilerin kendi drama ekiplerini kurarak işbirliği becerilerinin geliştirilmesi amaçlanmıştır. Ayrıca etkinliğe, sınıfın etkin bir şekilde katılımı üzerinde durulmuştur. Bu bağlamda öğrencilerin drama ekiplerini kurmaları yönünde teşvikte bulunulmuştur. Özellikle tüketici sorunları ve çözüm yollarının anlatıldığı bu drama çalışmalarıyla, tüketici haklarının etkin ve doğru kullanımına yönelik fikirlerin aktarılması ve bilinçli tüketicinin sergilemesi gereken davranışların öğrenilmesi açısından katkılar sağlaması hedeflenmiştir.

Bilinçli Tüketici Zihin Haritası: Bu etkinlikte, öğrencilerin bilinçli tüketici kavramını zihinlerinde canlandırmaları, diğer kavram ve durumlarla ilişkilendirmeleri istenmiştir. Etkinlikteki temel amaç, öğrencilerin bilinçli tüketici kavramına ilişkin zihin haritasını oluşturarak bilinçli tüketici kavramını ve bilinçli tüketicinin özelliklerini ifade etmesi olarak belirlenmiştir. Bu amaç doğrultusunda öğrencilere etkinlik kâğıdı verilmiş ve bilinçli tüketici kavramına ilişkin zihin haritaları oluşturmuşlardır.

Broşür veya Slogan Hazırlama: Bu etkinlikte, öğrencilerden bilinçli tüketici kavramıyla ilgili yapılan etkinliklerden, derste kullanılan materyallerden ve anlatımlardan faydalanarak kendi beceri ve istekleri doğrultusunda slogan ve broşür gibi ürünler ortaya koymaları beklenmiştir. Öğrencilerin özellikle kendi el

becerilerini ortaya koymaları ve bilinçli tüketicilikle ilgili zihin dünyalarını yansıtmaları amaçlanmıştır. Bireysel çalışma olarak evde hazırlanıp gelen çalışmaların, sınıf ortamında öğrenciler tarafından kısa sunumları yapılmıştır.

Pano çalışması: Bu etkinlikte, bilinçli tüketicilik konusuyla ilgili öğrencilerden, kendi beceri ve istekleri doğrultusunda slogan, resim, kompozisyon, broşür vb. gibi ürünleri tasarımları istenmiştir. Bu etkinliğin materyallerinin hazırlanmasında bir önceki etkinlik olan "broşür veya slogan hazırlama" etkinliğinden de yararlanılmıştır. Özellikle tüketici bilincinin oluşmasında katkı sağlamak amacıyla hazırlanan ürünler sınıf panosunda sergilenmiştir.

Bilinçli Tüketicinin Hak Arama Döngüsü: Bu etkinlikte, öğrencilerin bilinçli tüketicinin özelliklerini de dikkate alarak örnek bir hak arama döngüsü hazırlaması amaçlanmıştır. Etkinliğe başlamadan önce öğrencilere, döngü kavramıyla ilgili kısa bilgiler verilmiştir. Daha sonra hak arama kavramıyla ilgili öğrencilerden dönütler alınmıştır. Etkinlikte bilinçli tüketicinin hakkını nasıl aradığına ilişkin bilgiler öğrenciler tarafından sınıf tahtasına yazılmıştır. Tahtaya yazılan bilgilerden sekiz aşamadan oluşan bir hak arama döngüsü hazırlanmıştır (Ek-19).

Yarı Yapılandırılmış Senaryo Tamamlama: Bu etkinlikte, tüketicilerin satın alma sürecinde karşılaştıkları sorunların çözümüyle ilgili bilinçli tüketicinin hakları ve sorumluluklar çerçevesinde öğrencilerden çözüm önerileri geliştirmeleri istenmiştir. Öğrencilerin tüketici haklarını bilmesi ve kullanması amacıyla yapılan bu etkinlikte, iki örnek olay verilmiş ve tüketici sorunuyla ilgili öğrencilerden çözüm üretmeleri beklenmiştir (Ek-20). Bu etkinliğin tasarlanmasında 5. sınıf sosyal bilgiler ders kitabında yer alan "Sıra Sizde" etkinliğinden yararlanılmıştır (Şahin, 2018:148).

Tüketici Hakem Heyeti'ne Başvuru Dilekçesi Yazma: Bu etkinlikte, tüketici haklarının etkin kullanımının önemini ortaya koymak ve öğrencilere tüketici bilinci kazandırmak amacıyla öğrencilerden, herhangi bir tüketici sorunundan yola çıkarak Tüketici Hakem Heyeti'ne örnek bir başvuru dilekçesi yazmaları istenmiştir. Yazılan dilekçeler, sınıf ortamında öğrenciler tarafından okunmuş ve dilekçedeki eksiklikler ve hatalar araştırmacı öğretmen tarafından düzeltilmiştir (Ek-21). Bu etkinliğin tasarlanmasında "www.beylikduzu.gov.tr" adlı internet sitesinde yer alan Tüketici

Hakem Heyeti başvuru dilekçesinden yararlanılmıştır (T.C. Beylikdüzü Kaymakamlığı, 2019).

3.5.3. Yapılandırılmamış Öğretmen Gözlemleri

Nitel araştırmalarda veri toplamak için kullanılan anahtar yöntemlerden biri gözlemdir. Gözlem sürecinde, araştırmanın amacına ve sorularına bağlı olarak fiziksel ortam, katılımcılar, konuşmalar ve gözlemcinin kendi davranışları bile izlenebilir (Creswell, 2018). Bununla birlikte gözlemler, araştırmaya konu olan olay, olgu ve duruma ilişkin derinlemesine açıklama ve tanımlamalar yapmayı sağlar. Yapılandırılmamış gözlemler, davranışın gerçekleştiği doğal ortamda yapılır ve araştırmacı da ortama katılır (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 170-171). Bu araştırmanın uygulayıcısı olan öğretmen, çalışmada yer alan etkinlikleri, bu etkinliklere katılan öğrencileri ve öğrencilerin bakış açılarını gözlemlemiştir. Bu bağlamda yapılan bütün gözlemler, araştırma sürecini betimlemek amacıyla kullanılan önemli bir veri kaynağı olmuştur.

3.5.4. Video kayıtları

Bilinçli tüketicilik eğitimiyle ilgili yapılacak olan bütün uygulamalar ve etkinlikler video aracılığıyla kaydedilmiştir. Video kaydı alınacak sınıfta deneme çekimleri yapılmış ve sınıf ortamını en iyi gören akıllı tahtanın üstünden video kayıtları gerçekleştirilmiştir. Dijital fotoğraf makinesinin video kaydetme özelliğiyle elde edilen veriler, etkinlik günlerinin sonunda bilgisayar ortamına aktarılmıştır. Araştırma sürecinde elde edilen kayıtlar, aynı zamanda uygulayıcı olan araştırmacının, yapılacak olan etkinlikleri daha sonra izleyerek uygulama sürecine ve veri analizi sürecine yansıtmasını sağlamıştır. Bu video kayıtları, sınıf içi etkileşim, ortam, uygulayıcı ve öğrenci performanslarının gerçekçi bir şekilde kanıtlanmasına imkân tanımıştır.

3.5.5. Yapılandırılmış Görüşmeler

Görüşme, verilerin belirli varsayımlara dayandırılmasını sağlayan etkili bir yöntemdir (Berg ve Lune, 2015). Görüşmelerde amaç diğer insanların zihninden neler geçtiğini açığa çıkarmak ve bakış açılarına ulaşmaktır (Patton, 2018: 341).

Görüşmeler, araştırmada yer alan katılımcıların, gözlemleyemediğimiz davranışlarını, duygularını ve dünyayı nasıl ifade ettiklerini öğrenmenin yanı sıra araştırmada ulaşılmak istenilen bilgiyi toplayabilme imkânı sağlar (Merriam, 2018). Özellikle nitel araştırmalarda kullanılan görüşmelerin en güçlü özelliği görmedikleriniz hakkında bilgi edinme, gördükleriniz hakkında ise alternatif açıklamalar yapma fırsatı vermesidir (Glesne, 2012). Görüşmeler, yapılandırılmamış, yarı-yapılandırılmış ve yapılandırılmış olmak üzere üç şekilde yürütölmektedir (Friesen, 2010). Bu yöntemlerden biri olan yapılandırılmış görüşmede, çalışmanın konusuna ilişkin katılımcının düşüncelerini ve tutumlarını ortaya koymak amacıyla önceden belirlenmiş bir dizi soru kullanılır (Berg ve Lune, 2015). Araştırmanın tasarım sürecinde öğrencilerle yarı-yapılandırılmış görüşmeler yapılması planlanmasına rağmen okul ve öğrenci kaynaklı bazı engeller (öğrencilerin servisle eve gitmeleri, okuldaki törenler ve öğrenci devamsızlıkları nedeniyle bu plana uyulamaması) nedeniyle yapılandırılmış görüşmeler yürütölmüştür. Yürütölen görüşmede bilinçli tüketicilik eğitimi sürecini değerlendirmek için hazırlanan 6 temel ve alt sorulardan oluşan görüşme formu kullanılmıştır (Ek-22).

3.6. Verilerin Analizi

Veri analizi araştırma sorularının yanıtlanması için kullanılan bir süreçtir (Merriam, 2018). Araştırmalarda sadece verilerin toplanması yeterli değerildir. Toplanan verilerin kuramsal veya pratik yönden, çözümlenmesinin geliştirilmesine olanak sağlayacak şekilde işlenerek çözümlenen verilerin yorumlanması ve değerlendirilmesi gerekmektedir (Karasar, 2009: 197). Eylem araştırması bağlamında yapılan veri analizinde ise araştırmanın ilk aşamasında belirlenen soruların veya problemlerin olası çözümlerine yönelik veriler incelenir. Analiz aşaması, çoklu veri toplama tekniklerine dayalı olarak elde edilen bilgilerin çeşitli yollarla sunulmasıdır (Berg ve Lune, 2015).

Bu çalışmada araştırma sorularına cevap bulmak, toplanan verileri analiz etmek ve tüm süreci detaylı şekilde değerlendirmek için nitel veri analizi yöntemlerinden biri olan içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. İçerik analizi, çeşitli yazılı doküman, video ve ses kayıtlarını içeren ve insanlar arasında gerçekteşen çeşitli iletişim

şekillerinde uygulanabilen bir analiz yöntemidir (Berg ve Lune, 2015). Bu yöntemde kategoriler oluşturulur ve bir gazete makalesi gibi bir metinde yer alan belirli unsurları bu kategorilerle ilişkili oldukları durumları baz alınarak sayılır (Silverman, 2018).

Veri toplama araçlarıyla elde edilen veriler, içerik analizi sırasında araştırmacı tarafından titiz bir şekilde okunmuştur. Ardından birbirine benzeyen veriler, belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirilmiştir. Bir araya getirilen veriler, daha sonra araştırma soruları çerçevesinde okuyucunun anlayabileceği şekilde düzenlenmiş ve yorumlanmıştır. Ancak önceden belirlenmiş analiz çerçevesinin dışında farklı kategoriler ortaya çıktığı için yeni temalar da oluşturulmuştur.

3.7. Güvenirlik ve Geçerlik Çalışmaları

Güvenirlik ve geçerlik, bilimsel çalışmaların inanırlığı konusunda yapılan tartışmaların temelinde bulunan iki kavramdır (Silverman, 2018). Geçerlik, bir araştırmada kullanılan aracın, araştırma konusunda ölçüm yapmaya uygun nitelikte olması; güvenilirlik ise araştırmada kullanılan veri toplama tekniklerinin, aynı konuda yapılan bir başka araştırmada da benzer sonuçları vermesidir (Aziz, 2010).

Bu araştırmanın geçerlik ve güvenilirliğini sağlamak amacıyla aşağıda yer alan çalışmalar yapılmıştır:

- Daha kapsamlı ve çeşitli veriler elde etmek amacıyla üçgenleme yöntemi (Berg ve Lune, 2015; Silverman, 2018) kullanılmıştır. Bu amaçla doküman, görüşme ve gözlemler kullanılarak veri üçgenlemesi yapılmıştır.
- Öğrencilerin vermiş olduğu cevapları ayrıntıları bir şekilde betimlemek (Başkale, 2016) ve yapılan yorumlarla ilgili okuyuculara kanıt olarak sunmak için doğrudan alıntılara yer verilmiştir.
- Araştırmada kullanılan etkinlikler ve başarı testinin orijinaleri göstermek için Ekler bölümünde sunulmuştur.
- Eylem araştırması sürecini olduğu gibi yansıtmak ve görmek için kamera kullanılmıştır.

- Araştırma süreci boyunca 2 alan uzmanından görüş alınmıştır.
- Araştırma sürecinde elde edilen verileri, önce araştırmacı, ardından danışman akademisyen ve araştırmacı birlikte değerlendirmiştir. Ayrıca tez izleme jürisinin görüşleri doğrultusunda düzeltmeler yapılmıştır.

3.8. Uygulama Sürecinde Karşılaşılan Sorunlar

3 haftalık uygulamaya dayanan bu çalışmada bazı sorunlarla karşılaşmıştır. İlgili alanda yapılacak diğer çalışmalarda araştırmacılara yön vermesi açısından karşılaşılan sorunların ifade edilmesi uygun görülmüştür. Uygulamada karşılaşılan sorunlar ise aşağıdaki tabloda sunulmuştur:

Tablo-5: Uygulama Sürecinde Yaşanan Sorunlar ve Geliştirilen Çözüm Yolları

Sorunlar	Çözüm Yolu
Bazı öğrencilerin, etkinliklerin olduğu gün, sportif müsabakalar, kültürel faaliyetler, yarışmalar, hastalıklar vb. nedenlerle okulda olmamaları.	Bu öğrenciler, okula geldiklerinde yer almadıkları etkinliklerle ilgili gerek araştırmacı gerekse sınıf arkadaşları tarafından bilgilendirilmişlerdir.
Ders kaydı için kullanılan dijital fotoğraf makinesinin uygulamalar sırasında şarjı bitmediği halde 30 dakika kayıt yapması ve bu nedenle dersin bazı bölümlerinin video kaydının alınamaması.	Dijital fotoğraf makinesi kapatılıp tekrar açılarak kayda devam edilmiştir. Video kayıtlarının desteklenmesi amacıyla zaman zaman cep telefonunun kamerası da kullanılmıştır.
İlgili üniteye ayrılan sürenin araştırma için yetersiz olması.	Araştırmacı, okul yönetiminden izin alarak seçmeli derslerde etkinliklerini yapmıştır.
Öğrencilerin araştırmacıyı, alışmış olduklarından daha fazla görmelerinin ve uygulanan etkinliklerin fazla olmasının motivasyon düşüklüğüne neden olması.	Öğrencilerin motivasyonu arttırmak amacıyla öğrencilerin ilgisini çekecek ve onların hayatlarından kesitler sunacak çeşitli videolar izletilmiştir ve sunumlar kullanılmıştır.

Bazı öğrencilerin etkinliklerde anlamadığı yerleri öğrenmek için çaba sarf etmek yerine yanında oturan diğer öğrenciden olduğu gibi aktarma yolunu tercih etmesi.

Bu sorunun en aza indirgenmesi amacıyla, etkinliklere başlamadan önce öğrencilere, bu çalışmaların bir araştırma dâhilinde yapıldığı ve etkinlik sonuçlarının karneye olumsuz bir şekilde yansımayaacağı belirtilmiştir.

Öğrencilerin 3 hafta süren etkinliklerden ve ev çalışmalarından sıkılması. Bununla birlikte yine öğrencilerin uygulama sürecinde sürekli aktif olmaları gerektiği için yorulmaları.

Eylem araştırmasından sonra öğrencilere daha seyrek aralıklarla ev çalışmasına yer verilmesi ve etkinliklerin de aynı şekilde buna göre planlanması düşünülmüştür.

Araştırma sürecinde kullanılan etkinlik formlarına öğrenciler tarafından yazılan yazıların okunmasında yaşanan sıkıntılar.

Öğrencilerden yazılarını daha düzgün ve özenle yazmaları istenmesine fakat yazma alışkanlıklarının zor değiştiğinden olumlu bir sonuç alınamamıştır. Bu nedenle bulgular kısmının alıntıları çalışmaya alınırken görsel kullanımına daha az yer verilmiştir.

Uygulamalardan birinin kitap okuma saatine, bir diğer dersin ise belirli gün ve haftalar nedeniyle düzenlenen törene denk gelmesi.

Okul yönetimi ve ilgili ders öğretmenin izniyle öğrencilerin seçmeli dersi kullanılmıştır.

Öğrencilerin daha önce zihin haritası, anagram bulmaca, kavram tanımlama formu, yapılandırılmış grid gibi etkinlikler hakkında önbilgilerinin olmaması.

Etkinliklere başlamadan önce bu etkinliklerin nasıl yapılacağı hakkında kısa bilgiler verilmiştir.

Araştırmanın planlanması sürecinde öğrencilerle görüşmelerin yarı yapılandırılmış görüşme yoluyla yapılmasına karar verilmesine rağmen öğrencilerin servisle eve gitmeleri,

Yapılandırılmış görüşme formu uygulanmış ve çalışma grubundaki bütün öğrencilerin bilinçli tüketiciliğe ve kendilerine verilen eğitime ilişkin

okuldaki törenler ve öğrenci görüşleri alınmıştır. devamsızlıkları nedeniyle bu plana uyulamaması.

Ön Bilgi Değerlendirme veya Son Bilgi Değerlendirmeye katılmayan öğrencilerin olması. Bu öğrenciler, uygulamadan çıkarılmak zorunda kalmıştır.

3.9. Araştırma Etiği

Bu çalışmada olduğu gibi diğer nitel çalışmalarda da katılımcıların korunması ile ilgili kaygılar ortaya çıkmaktadır (Merriam, 2018). Bu kaygı, nitel araştırmalarda etik durumların öngörülmesi ve buna göre planlamaların yapılması gerektiğini göstermektedir (Cresswell, 2018). Özellikle çalışmada yer alan katılımcıların kimliklerinin korunması ve onların çalışmaya rıza göstererek katılmaları, araştırma etiği açısından sağduyulu bir yaklaşımdır (Silverman, 2018). Bu etik duyarlılık kapsamında yapılan ilk iş, uygulamanın yapılması için ilgili makamlardan yasal izinlerin alınması olmuştur (Ek-1). Yine etik duyarlılık kapsamında öğrencilerin çalışmaya katılımında gönüllülük kriteri esas alınmıştır. Gönüllü katılımlarıyla araştırma sürecine dâhil olan öğrenciler, video ders ve sınıf içi öğretim süreci hakkında araştırma öncesinde bilgilendirilmişlerdir. Araştırmada yer alacak öğrencilerle ilgili ailelerden “Veli Onam Formu” aracılığıyla gerekli izinler alınmıştır (Ek-2). Ayrıca bilgi kaynaklarının gizliliğini sağlamak amacıyla araştırma sürecindeki alıntılarının aktarılmasında öğrencilerin gerçek isimlerinin yerine kodlar kullanılmıştır.

BÖLÜM IV

BULGULAR

Bu bölümde araştırma verilerinin analiz edilmesiyle elde edilen bulgular, araştırma soruları ve araştırmanın uygulama süreci temel alınarak sunulmuştur. Bulgular, 2 başlıktan oluşmaktadır. Bu başlıkların oluşturulmasında çalışmanın amacı çerçevesinde hazırlanan araştırma soruları esas alınmıştır.

4.1. Bilinçli Tüketici Eğitim Bağlamında Geliştirilen Etkinlikler ve Uygulamalar, Öğrencilerin Bilinçli Tüketiciye Yönelik Bilgi, Algı ve Farkındalıklarını Olumlu Yönde Değiştirmiş midir?

Çalışmanın ilk araştırma sorusu, "Bilinçli tüketici eğitimi bağlamında geliştirilen etkinlikler ve uygulamalar, öğrencilerin bilinçli tüketiciye yönelik bilgi, algı ve farkındalıklarını olumlu yönde değiştirmiş midir?" olmuştur. Bu kapsamda öğrencilerin bilinçli tüketiciye yönelik bilgi durumları, bilinçli tüketici kavramına ilişkin algıları, kendilerini bilinçli tüketici olarak algılama durumları, ailelerini bilinçli tüketici olarak algılama durumları ve bilinçli tüketici eğitiminin katkıları olmak üzere 5 başlık altında bulgulara yer verilmiştir.

4.1.1. Öğrencilerin Bilinçli Tüketici Konularına İlişkin Bilgi Durumlarındaki Değişimler

Öğrencilerin bilinçli tüketici konularına ilişkin bilgi durumlarını tespit etmek için ön bilgi ve son bilgi değerlendirme formunda yer alan doğru-yanlış, boşluk doldurma ve çoktan seçmeli sorulardan oluşan bölümlere ilişkin öğrencilerin vermiş oldukları cevaplar değerlendirilmiştir. Her bölümle ilgili bulgular, ayrı başlıklar altında verilmiştir.

4.1.1.1. Doğru-Yanlış Bölümüne İlişkin Bulgular

Bu bölümde öğrencilerin bilinçli tüketici konularıyla ilgili bilgilerini ölçmek için öğrencilere 6 adet doğru-yanlış sorusu yöneltilmiştir. Doğru-yanlış bölümüne ait bulgular, Tablo 6'da sunulmuştur:

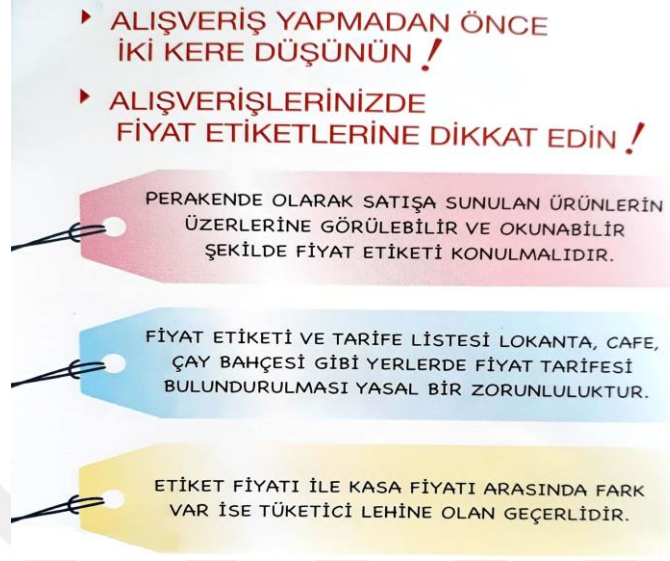
Tablo-6: Doğru-Yanlış Sorularına Verilen Cevaplar

Soru	Ön bilgi değerlendirme			Son bilgi değerlendirme		
	Doğru	Yanlış	Başarı Oranı	Doğru	Yanlış	Başarı Oranı
1	21	2	91,30	23	0	100
2	21	2	91,30	22	1	95,65
3	13	10	56,52	23	0	100
4	21	2	91,30	22	1	95,65
5	16	7	69,56	22	1	95,65
6	22	1	95,65	23	0	100
Toplam	114	24	82,60	135	3	97,82

Tablo 6 incelendiğinde, son bilgi değerlendirme sonuçlarının, ön bilgi değerlendirme sonuçlarına göre daha iyi oranlara sahip olduğu görülmektedir. Bu bölümde öğrencilere yöneltilen 6 sorunun tamamında olumlu yönde değişim gerçekleşmiştir. Ayrıca ön bilgi değerlendirmede %82,60 olan başarı oranı, son bilgi değerlendirmede %97,82'ye yükselmiştir. Olumlu yönde en fazla değişim ise, 3. soruda yaşanmıştır. "Aldığımız ürünün etiket fiyatı ile kasa fiyatı arasında fark varsa kasa fiyatını öderiz." bilgisinin verildiği bu soruda, başarı oranı %56,52'den %100'e yükselmiştir. Bu değişim, öğrencilerin tüketici hakları konusundaki bilgilerindeki olumlu gelişimi göstermektedir.

Öğrencilerin başarı oranının artmasında eylem araştırması sürecinde yapılan etkinliklerin faydaları olmuştur. Örneğin; "Yarı Yapılandırılmış Senaryo Tamamlama" etkinliğinde, etiket fiyatı ve kasa fiyatının farklı olduğu bir durum verilmiş ve öğrencilerin tüketici haklarına uygun bir şekilde senaryoyu devam ettirmesi istenmiştir. Etkinlik sırasında bazı öğrencilerin kasa fiyatı ve etiket fiyatının arasındaki farkı tam olarak bilmedikleri görülmüştür. Bunun üzerine dağıtılan bilinçli tüketicilik broşüründeki etiket ve kasa fiyatı ile ilgili bölüm incelenmiştir. Aşağıda öğretmenin etkinlik sırasında öğrencilere dağıtmış olduğu bilinçli tüketici materyalinin etiket ve kasa fiyatı ile ilgili bölümü yer almaktadır:

Fotoğraf-1: Bilinçli Tüketici Broşür Örneği



Broşürde yer alan bölümün sınıfta incelenmesinin ardından öğrencilerin senaryoyu tüketicinin lehine olan fiyatın geçerli olduğu şeklinde doğru ifadeler kullanarak tamamladıkları görülmüştür. Böylece etiket fiyatı ve kasa fiyatı konusunda yaşanan kavram kargaşası giderilmiştir. Bunu kanıtlayan bir öğrencinin verdiği cevap örneği aşağıda sunulmuştur:

Fotoğraf-2: Tüketici Sorunu Çözüm Önerisi Örneği

2. Hakan Bey marketten etiket fiyatı 8 TL olan peynirden almıştır. Marketten aldığı fişi kontrol ettiğinde peynirin fiyatının fişte 10 TL yazdığını görmüştür. Hakan Bey'in yerinde olsaydınız ne yapardınız?

Ben olsam tabiki bilinçli tüketici olduğum için haklarımı bildiğimden hakkımı kullanır ve 8 TL olan etiket fiyatını öderim. Böylece hakkımı savunmuş olurum. Çünkü bütün tüketicilerin hakkı tüketicinin lehine olan fiyatı ödemesidir. Ve ben de haklarımı biliyorum.

Etiket fiyatı ile kasa fiyatı arasında farklılık olduğu durumlarda tüketicinin lehine olan fiyatın geçerli olduğu bilgisinin öğrenilmesini pekiştirmek adına yapılan "Yapılandırılmış Grid" etkinliğinde de bu durum üzerinde durulmuştur. Etkinlikteki ilgili bölüm, aşağıda yer almaktadır:

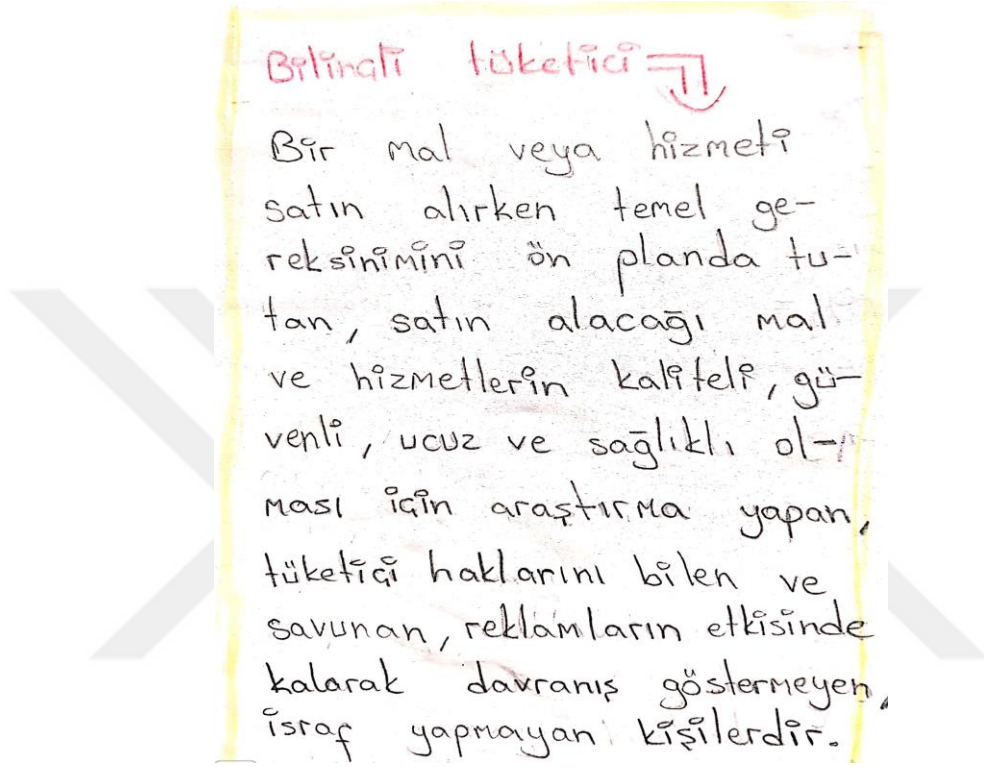
Fotoğraf-3: Yapılandırılmış Grid Etkinliği Örneği

8
**Alışverişinde kasa fiyatı,
 etiket fiyatından daha yüksek
 çıkarsa kendi lehine olan
 fiyatın geçerli olduğunu bilir.**

Başarı oranında önemli bir artışın olduğu diğer soru 5. soru olmuştur. Bu soruda: "*Tüketici hakları, alıcıyı her zaman haklı çıkarır.*" bilgisi verilmiştir. Daha önce bu bilginin yanlış olduğunu düşünen öğrencilerin oranı %69,56'dan %95,65'e yükselmiştir. Yani araştırma öncesinde tüketicinin "her zaman haklı olduğunu düşünen öğrenci sayısı"nda %5'in altına inmiştir. Bu durum öğrencilerin, tüketiciden kaynaklanan hatalar olabileceğini ve tüketicinin de yasal sorumluluklarının olduğunu anladıklarını göstermektedir. Örneğin; uygulama sonrasında öğrencilerle yapılan görüşmelerde Ö10, "bilinçli tüketici hangi davranışları sergiler?" sorusuna: "*Her yerde hakkını arar. Haksız yere suçlama yapmaz.*" cevabını vererek, tüketicinin her zaman haklı olmayacağını anlatmıştır. Ayrıca örnek olaylar üzerinden tüketici sorunlarının ele alındığı bir dersin video kayıtlarında, tüketicinin hakkını araması için satın aldığı ürünün fiş veya faturasını kesinlikle alması gerektiği de sıklıkla öğrenciler tarafından ifade edildiği görülmektedir. Bu durum öğretmen tarafından da gözlemlenmiştir. Bu gözlemler sırasında öğrencilerin özellikle ilgili mercilere şikayet etmek için yasal sorumluluk olan ürün fişi veya faturasını ibraz etme sorumluluğunu ifade etmeleri dikkat çekmektedir. Başarı oranının %91,30'dan %100'e çıktığı 1. soruda ise "*Ürünün kalitesini anlamak için reklamları izlemek yeterlidir.*" bilgisi öğrencilere verilmiştir. Uygulama sonrasında, öğrencilerin aldatıcı reklamların

etkisinde kalınmaması gerektiğini düşündükleri görülmüştür. "Broşür Hazırlama" etkinliğinde de bu durum ifade edilmiştir. Etkinlik örneğinin ilgili bölümü aşağıda yer almaktadır:

Fotoğraf-4: Broşür Hazırlama Etkinliğinin Bir Bölümü



Etkinlikte de görüldüğü üzere, öğrenciler reklamların etkisinde kalınmaması gerektiğini ifade etmişlerdir. Doğru-yanlış soruları bölümdeki bulgulara göre, eylem araştırması etkinliklerinden sonra öğrencilerin bilinçli tüketicilik konularına ilişkin başarı oranlarında pozitif yönde değişim yaşandığı görülmüştür.

4.1.1.2. Boşluk Doldurma Testi Bölümüne İlişkin Bulgular

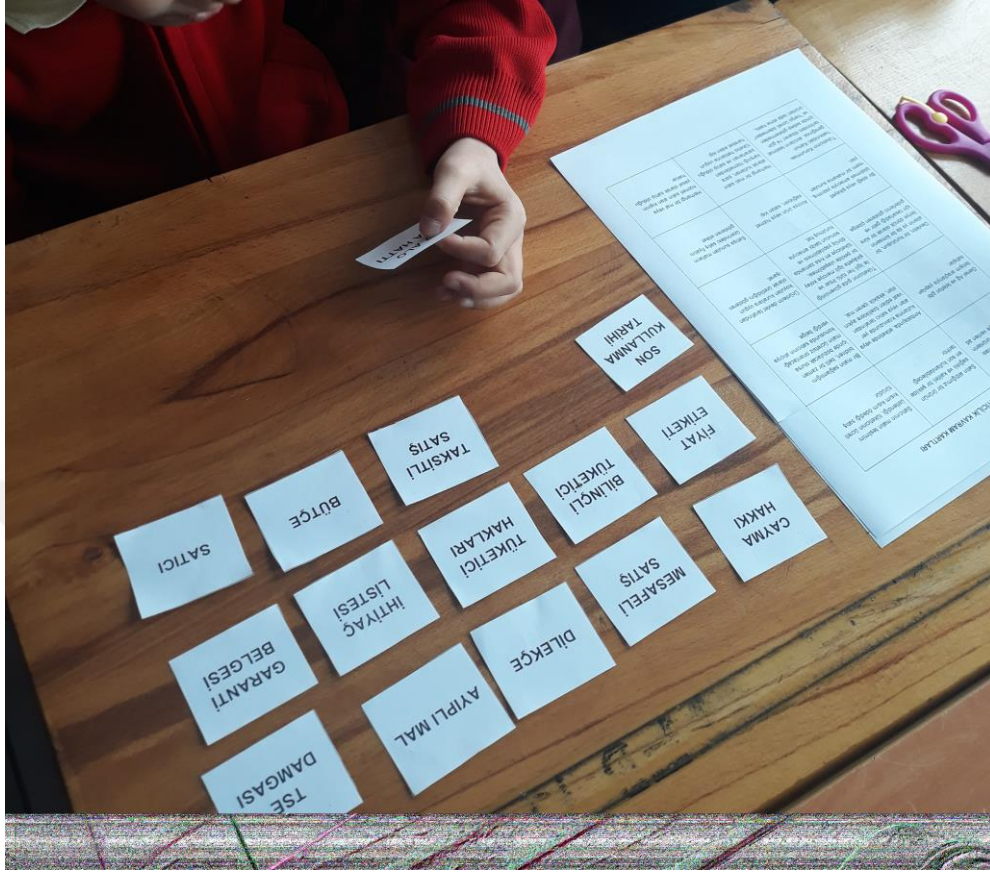
Araştırmanın bu bölümünde öğrencilerin bilinçli tüketicilik konularıyla ilgili bilgilerini ölçmek için ilişkin 8 adet boşluk doldurma sorusu yöneltilmiştir. Bilinçli tüketicilik konularının bir parçası olan ihtiyaç listesi, tüketici hakları, taksitli satış, son kullanma tarihi, garanti belgesi, tüketici, TSE damgası ve kullanma kılavuzunun sorulduğu bu bölümde soruların cevapları çeldirici seçeneklerle birlikte kutunun içine yazılmıştır. Boşluk doldurma bölümüne ait bulgular, Tablo 7'de sunulmuştur:

Tablo-7: Boşluk Doldurma Soruları Verilen Cevaplar

Soru	Ön bilgi değerlendirme			Son bilgi değerlendirme		
	Doğru	Yanlış	Başarı Oranı	Doğru	Yanlış	Başarı Oranı
1	22	1	95,65	23	0	100
2	20	3	86,95	22	1	95,65
3	17	6	73,91	23	0	100
4	19	4	82,60	19	4	82,60
5	14	9	60,86	18	5	78,26
6	20	3	86,95	23	0	100
7	19	4	82,60	22	1	95,65
8	11	12	47,82	17	6	73,91
Toplam	142	42	77,17	167	17	90,76

Tablo 7'de görüldüğü üzere, ön bilgi değerlendirmedeki başarı oranı %77,17 iken, son bilgi değerlendirmede %90,76 olmuştur. Bu bölümde öğrencilere yöneltilen 8 sorunun 7'sinde olumlu yönde değişim gerçekleşmiştir. Bununla beraber 4. soruda herhangi bir değişim gözlenmemiştir. Başarı oranında olumlu yönde en fazla değişim, 3. ve 8. soruda olmuştur. 3. soruda: "*Satıcının malın teslimini üstlendiği, tüketicinin ücretini kısım kısım ödediği satış türü satış türüdür.*" ifadesi verilmiştir. Taksitli satış konusunun sorulduğu bu soruda başarı oranı %73,91'den %100'e çıkmıştır. Bu olumlu değişimin ortaya çıkmasında yapılan etkinliklerin katkısı olmuştur. Bu katkıyı, "Kavram Kartları" etkinliği üzerinden anlatmak mümkündür. İlgili etkinlikte, öğrencilere bilinçli tüketicilikle ilgili kavramların yer aldığı bazı kartlar verilmiştir. Bu kartlar arasında taksitli satış kavramı da yer almaktadır. Öğrenciler, kavramları açıklamalarının olduğu ilgili bölümün üzerine yerleştirmişlerdir. Taksitli satış ve diğer bilinçli tüketicilik kavramlarının da öğrenilmesini sağlamak amacıyla yapılan etkinlikten bir fotoğraf aşağıda yer almaktadır:

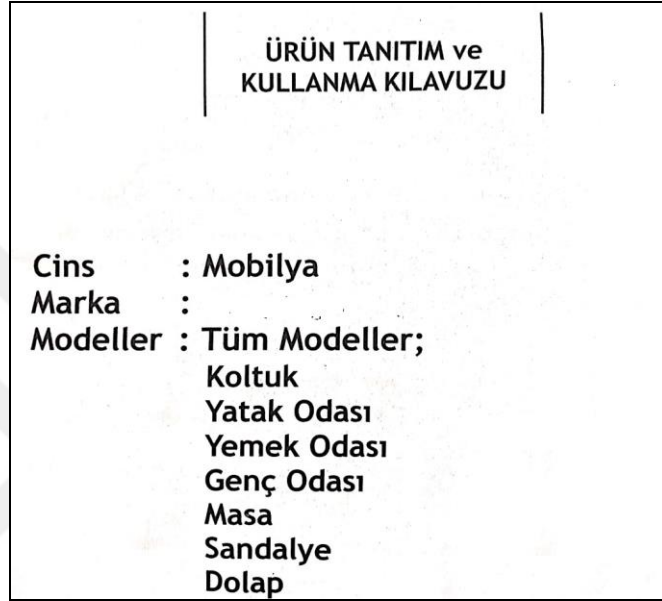
Fotoğraf-5: Kavram Kartları Etkinliği



Başarı oranında pozitif değişimin olduğu diğer bir soru ise 8. soru olmuştur. "Tüketici haklarından faydalanabilmek için ürünleri doğrultusunda kullanmamız gerekir." ifadesinin yer aldığı soruda, başarı oranı %47,82'den %90,76'ya çıkmıştır. Kullanma kılavuzu kavramının sorulduğu bu soruda, uygulama öncesinde çok düşük olan başarı oranı, önemli şekilde yükselmiştir. Bu değişimde derste kullanılan materyallerin katkısı olmuştur. Uygulamada, öğrencilerden evlerinde bulunan kullanma kılavuzlarından getirmeleri istenmiştir. Bununla birlikte öğretmen de bir ürünün kullanma kılavuzunu getirmiş ve bu kavramla ilgili gerekli açıklamalarda bulunmuştur. Uygulayıcı öğretmenin gözlemlerinde, öğrencilerin kullanma kılavuzuna uygun olarak kullanılmayan ürünlerin bozulabileceği görüşü üzerinde yoğunlaştıkları dikkati çekmiştir. Ayrıca video kayıtlarında, öğrencilerin kullanma kılavuzu ve garanti belgesi arasındaki farkın ne olduğu yönünde öğretmene sorular sordukları görülmektedir. Öğretmen de öğrenci sorularına cevap vermek adına yanında getirmiş olduğu garanti belgesiyle ve

kullanma kılavuzundaki bilgileri okuyarak karşılaştırmalar yapmış ve böylece iki belge arasındaki farkı anlatmıştır. Sonuç olarak ders sırasında kullanılan materyaller, ilgili kavramın cevaplanmasında faydalı olmuştur. Öğrenciler tarafından getirilen kullanma kılavuzlarından bir örnek aşağıda yer almaktadır:

Fotoğraf-6: Kullanma Kılavuzu Örneği



Boşluk doldurma soruları bölümdeki bulgular, eylem araştırması sürecinde verilen eğitim ve yapılan etkinliklerden sonra öğrencilerin bilinçli tüketicilik konularına ilişkin başarı oranlarında pozitif yönde değişim sağlandığını göstermektedir.

4.1.1.3. Çoktan Seçmeli Sorular Bölümüne İlişkin Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde öğrencilerin bilinçli tüketicilik konularıyla ilgili bilgilerini ölçmeye yönelik 12 adet çoktan seçmeli soru yöneltilmiştir. Özellikle ürün satın alırken dikkat edilmesi gerekenler, TSE damgası, ayıplı mal, e-ticaret, ihtiyaçlar, alışveriş listesi, tüketici hakları, Alo 174 Gıda Hattı ve bilinçli tüketicinin özellikleri gibi bilinçli tüketicilik konularının yer aldığı çoktan seçmeli sorular bölümüne ait bulgular, Tablo 8’de sunulmuştur:

Tablo-8: Boşluk Doldurma Soruları Verilen Cevaplar

Soru	Ön bilgi değerlendirme			Son bilgi değerlendirme		
	Doğru	Yanlış	Başarı Oranı	Doğru	Yanlış	Başarı Oranı
1	21	2	91,35	21	2	91,35
2	16	7	69,56	18	5	78,26
3	16	7	69,56	22	1	95,65
4	15	8	65,21	20	3	86,95
5	21	2	91,35	22	1	95,65
6	22	1	95,65	22	1	95,65
7	10	13	43,47	23	0	100
8	16	7	69,56	18	5	78,26
9	17	6	73,91	23	0	100
10	20	3	86,95	23	0	100
11	7	16	30,43	15	8	65,21
12	14	9	60,86	20	3	86,95
Toplam	195	81	70,65	247	29	89,49

Tablo 8'e göre, ön bilgi değerlendirmede %70,65 olan başarı oranı, son bilgi değerlendirmede %89,49'a yükselmiştir. Bu bölümde öğrencilere yöneltilen 12 sorunun 10'unda pozitif yönde değişim olduğu görülmüştür. Bununla beraber 1. ve 6. soruda herhangi bir değişim gözlenmemiştir. Başarı oranında olumlu yönde en fazla değişim, 7. soruda olmuştur:

"7. Tüketicinin gıda güvenilirliği ile ilgili her türlü ihbar ve şikâyette ilgili merciye kolay bir şekilde ulaşabilmesi, iletişimin tek merkezden yönlendirilmesi, tüketiciye en kısa zamanda dönüş yapılabilmesi ve sonucun takibi amacıyla kurulmuş yardım hattıdır.


Yukarıda bilgisi verilen tüketici gıda hattının numarası nedir?

A) Alo 155 B) Alo 182 C) Alo 174 D) Alo 112"

Alo 174 Gıda Hattı'nın sorulduğu bu soruda başarı oranı, %43,47'den %100'e yükselmiştir. Yani ön değerlendirmede sadece 10 öğrencinin doğru cevapladığı bu soruyu, son değerlendirmede öğrencilerin tamamı doğru yanıtlamıştır. Bu sorudaki büyük değişimde derslerde yapılan etkinliklerin önemli katkıları olmuştur. Bu katkının ortaya çıkmasında "Alo 174 Gıda Hattı'yla Görüşme Yapma" etkinliğinin önemli katkıları olmuştur. Bu etkinlikte, tüketicinin gıda güvenilirliği ile ilgili her türlü ihbar ve şikâyetlerini kolay bir şekilde ulaştırabilmesi amacıyla kurulan Alo 174 Gıda Hattı'yla öğrencilerin telefon görüşmesi yapması ve merak ettikleri soruları sorması sağlanmıştır. Alo 174 Gıda Hattı'yla yapılan görüşmenin video kayıtlarında, öğrencilerin görüşmeye ilgi gösterdikleri görülmektedir. Görüşme sırasında

öğrencilerin, Alo 174 Gıda Hattı yetkilisine hangi durumlarda bu hattı kullanabilecekleri, bu hattın hangi katkılarının olduğu, son kullanma tarihi geçmiş veya bozulmuş gıda ürünlerinin satın alınması halinde ne yapılması gerektiği gibi konularda sorular yönelttikleri gözlemlenmiştir. Ayrıca görüşme sırasında sınıftaki bütün öğrencilerin yetkili kişinin yapmış olduğu açıklamaları dikkatli bir şekilde dinlemiş olmaları ise oldukça dikkat çekicidir. Bu soruyla ilgili öğrenci cevaplarında ortaya çıkan olumlu değişimde katkısı olan diğer bir etkinlik, "Logo ve Amblem Çalışması" olmuştur. TSE damgası, Alo 174 Gıda Hattı, Alo 175 Tüketici Danışma Hattı, üretim ve son kullanma tarihi, yerli üretim, geri dönüşüm, barkod numarası ve ürün etiketi gibi bilinçli tüketicilikle ilgili logo ve amblemlerin verildiği bu etkinlikte, öğrencilerin bunları, doğru şekilde açıklamaları amaçlanmıştır. Alo 174 Gıda Hattı'yla ilgili açıklamaların olduğu bir etkinlik örneği aşağıda yer almaktadır:

Tablo-9: Logo ve Ambleme İlgili Açıklamalardan Örnekler

Logo veya Amblem	Öğrenci	Alıntı
	Ö1	Gıda ürünü alırken bir sorun çıktığında aramamız gereken kurum
	Ö21	Tükettiğimiz mal bozuk çıktığında aramış olduğumuz hat.
	Ö8	Gıda denetleme hattı.

Öğrencilerin uygulama öncesi (%30,43) ve uygulama sonrası (%65,21) sonuçlar karşılaştırıldığında, başarı oranında pozitif değişimin olduğu diğer bir soru 11. soru olmuştur:

"11. Ülkemizde tüketici olarak haklarımız koruma altındadır. Olumsuz bir durumla karşılaştığımızda birçok kurum ve kuruluşa başvurabiliriz. Bu kurum ve kuruluşlar haklarımız çerçevesinde bize yardımcı olur.

Bu hakları koruyan kurumlardan biri olan Tüketici Hakları Hakem Heyeti'ne başvuru ile ilgili verilen bilgilerden hangisi yanlıştır?

A) Fiş veya faturanın sunulması

B) Dilekçe yazılması

C) Şikayet edilen yerin bilgilerinin sunulması

D) Bozuk ya da ayıplı malın aslının götürülmesi"

Tüketici Hakları Hakem Heyeti'ne başvuru şartlarının sorulduğu bu sorudaki olumlu değişimde, "Tüketici Hakem Heyeti'ne Başvuru Dilekçesi Yazma"

etkinliğinin katkıları olmuştur. Bu etkinlikte, öğrenciler herhangi bir tüketici sorunundan yola çıkarak Tüketici Hakem Heyeti'ne örnek bir başvuru dilekçesi yazmışlardır. Etkinlik kâğıtları incelendiğinde, öğrencilerin yazmış oldukları örnek dilekçelerde, gıda, kırtasiye ve teknolojik ürünlerle ilgili konularda tüketici sorunları yaşadıklarını ifade ettikleri görülmüştür. Dilekçedeki ilgili bölümlere kişisel bilgilerini, şikâyet edilen tarafı, sorunla ilgili açıklamaları ve isteklerini de ekleyen öğrenciler, Tüketici Hakları Hakem Heyeti'ne başvuru dilekçesi yazma işlemini tamamlamasının ardından dilekçeler, sınıf ortamında öğrenciler tarafından okunmuş ve dilekçedeki eksiklikler ve hatalar araştırmacı ve öğrenciler tarafından düzeltilmiştir. Öğrencilerin yazmış olduğu başvuru dilekçesinin bir örneği aşağıda yer almaktadır:

Fotoğraf-7: Dilekçe Örneği

T.C.
...KORDILAY... KAYMAKAMLIĞI
Tüketici Sorunları İlçe Hakem Heyeti Başkanlığı

ŞİKAYET EDEN :
T.C KİMLİK NO :
TEL NO :
ADRES :
KARŞI TARAF :
ADRES :

KONUSU : Verilen Süre Geçmeden Borulması

AÇIKLAMALAR :
.....Özkan.....Market.....ten.....bir.....telefon.....aldım.....Sonra.....
tabiki.....fişini.....,.....garanti.....belgesini.....falan.....almıştım.....
.....Sonra.....daha.....iki.....gün.....geçtikten.....sonra.....telefon.....bir.....
anda.....bozuldu.....ve.....bende.....satıcıya.....gittiğimde.....ga-
ranti.....belgesini.....gösterdiğim.....halde.....değiştirmek.....is-
terede.....hatta.....beniyle.....ilgilenmedi.....bile.....

SONUÇ VE İSTEM : Ben.....paramın.....iadesini.....istiyorum.....
.....Veya.....aldığım.....ürünün.....değişimini.....istiyorum.....

Uygulama yapan öğretmenin gözlemlerinde ise öğrencilerin yazmış oldukları başvuru dilekçeleriyle ilgili en dikkat çekici nokta, onların ev adreslerini tam olarak ifade etmekte zorluk çekmeleri olmuştur. Ayrıca öğrencilerin özellikle gündelik hayatta kullanmış oldukları ürünleri, tüketici sorunu olarak seçmeleri de dikkat çeken diğer bir husustur. Sonuç olarak öğrencilerin çoğunluğu başvuru bölümünde kimlik, karşı taraf, konu bölümlerini; sonuç ve istem bölümünde ise satın almış oldukları ürünle ilgili para iadesi veya ürün değiştirme talebini doğru bir şekilde ifade etmişlerdir. Video kayıtları incelendiğinde ise öğretmenin öğrencilere, "*Tüketici Hakem Heyeti'ne başvuru yapmak için neler yapılması gereklidir?*" sorusunu yönelttiği görülmüştür. Öğrencilerden Tüketici Hakem Heyeti'ne başvuru yapmak için bozuk ya da ayıplı malın aslının götürülmesinin gerekli olduğunu ifade eden açıklamalar gelmemiştir. Öğretmen tarafından bu kez öğrencilere, "*Tüketici Hakem Heyeti'ne başvuru yapmak için bozuk ya da ayıplı malın aslının götürülmesi gerekli midir?*" sorusu sorulmuştur. Sınıfın çoğunluğu, "Hayır" cevabını vermiştir. Bu soru için yapılan etkinliğin olumlu katkı sağladığını belirtmek mümkündür.

Öğrencilerin başarı oranında artışın olduğu diğer bir soru bilinçli tüketicinin özelliklerinin sorulduğu 9. soru olmuştur:

"9. *Elif: Her alışveriş sonunda mutlaka fiş alırım.*

Can: Marka ürünleri tercih ederim.

Pınar: İhtiyaçlarım, isteklerimden önce gelir.

Ozan: İndirimleri hiç kaçırmaz, ne var ne yok alırım.

Yukarıdaki tüketicilerden hangileri bilinçli tüketici olma özelliğini taşır?

A) Can ve Ozan

B) Elif ve Can

C) Pınar ve Ozan

D) Elif ve Pınar"

Bu sorudaki başarı oranı %73,91'den %100'e çıkmıştır. Buradaki olumlu değişimin gerçekleşmesinde bilinçli tüketicinin özellikleri etkinliğinin katkıları olmuştur. Bu etkinlikte, bilinçli tüketicinin hangi özelliklere sahip olması gerektiğiyle ilgili anlatımlara geçilmeden önce, öğrencilerin bilinçli tüketicinin özellikleriyle ilgili mevcut bilgilerinin nasıl olduğu görülmek istenmiştir. Çalışmada ise öğrencilerden etkinlik kâğıdına bilinçli tüketicinin sahip olması gereken özellikleri yazmaları istenmiştir. Öğrencilerin bilinçli tüketicinin özelliklerini yazmalarının ardından sınıf ortamında bu cevaplar okutulmuştur. Öğrencilerin

vermiş olduğu cevaplar ve öğretmenin açıklamaları çerçevesinde bilinçli tüketicinin özellikleri hakkında değerlendirmelerde bulunulmuştur. Öğrencilerin etkinlik kağıdına yazmış olduğu cevaplar tasnif edilerek Tablo 10'da sunulmuştur:

Tablo-10: Bilinçli Tüketicinin Özellikleri

<i>Verilen cevaplar</i>	<i>f</i>
Üretim ve son kullanma tarihlerine dikkat eder.	21
Alışveriş için ihtiyaç listesi hazırlar.	16
Alışveriş sonrası fiş, fatura veya garanti belgesi alır.	13
İhtiyaçlarına öncelik verir.	12
Alo 174 Gıda ve Alo 175 Tüketici hatlarını arar.	11
TSE damgasına dikkat eder.	11
Ambalajlı ürünleri tercih eder.	8
Haklarını kullanır.	8
Bütçesine göre hareket eder.	6
Fiyat araştırması yapar.	6
Uygun fiyatlı ürünleri tercih eder.	6
Kaliteli ürün satın alır.	4
Ürünlerin içindekiler bölümünü inceler.	4
Malının değerini bilir.	3
İsraf etmez.	3
Dikkatlidir.	3
Sağlıklı ürünleri tercih eder.	2
İndirimlerden yararlanır.	1

Tabloda görüldüğü üzere öğrencilerin tamamına yakını son kullanma tarihine dikkat etmeyi bilinçli tüketicinin özellikleri arasında görmektedir. Yine öğrencilere göre alışveriş sonrası fiş, fatura veya garanti belgesi alma ve ihtiyaçlara öncelik verme de bilinçli tüketicide bulunması gereken özellikler arasında yer almaktadır. 9. soruda da bu özelliklerin sorulduğu görülmektedir. Ayrıca video kayıtlarında öğrencilerin ihtiyaçlara öncelik verme ve alışveriş sonrası fiş, fatura veya garanti belgesi alma üzerinde durdukları ve öğretmen tarafından da bu hususların önemi hakkında anlatımlarda bulunulduğu tespit edilmiştir.

Bilinçli tüketicinin özelliklerinin sorulduğu 9. soru ile ilgili yapılan bir diğer etkinlik ise "Yapılandırılmış Grid" olmuştur. Bu etkinlikte, bilinçli tüketicide olması ve olmaması gereken bazı özellikler verilmiştir. Sonuç olarak öğrencilerin tamamına yakını, bilinçli tüketicinin özelliklerini doğru bir şekilde eşleştirmişlerdir. Aşağıda etkinliğin bir örneği yer almaktadır:

Fotoğraf-8: Yapılandırılmış Grid Örneği

1 Satın alınacak ürünlerin üzerinde TSE damgası olmasına özen gösterir.	2 Dayanıklı tüketim mallarını satın aldıktan sonra garanti belgelerini satıcıya onaylatır.	3 Alışverişlerinde isteklerine öncelik verir.
4 Satın almayı düşündüğü ürünlerle ilgili fiyat araştırması yaparken kullanıcı yorumlarını dikkate almaz.	5 Aile bütçesini aşmayacak şekilde hareket eder.	6 Televizyon, gazete ve Genel Ağ üzerinde yayınlanan reklamlardaki bütün ürünlerin güvenilir ve kaliteli olduğunu bilir.
7 Satın alınacak mal veya hizmetlerin uygun fiyatlı olmasının yeterli olduğunu düşünür.	8 Alışverişinde kasa fiyatı, etiket fiyatından daha yüksek çıkarsa kendi lehine olan fiyatın geçerli olduğunu bilir.	9 Mesafeli satış üzerinden satın olduğu mal veya hizmetlerle ilgili cayma hakkına sahip olduğunu bilir.
10 Gıda ürünlerinin ambalajlarının yırtık, hasarlı veya açık olmamasına özen gösterir.	11 Satıcıya veya hizmet sağlayan kişiyle sorunun çözülmediği durumlarda Tüketici Hakları Hakem Heyetine başvurur.	12 Tüketici Hakları Hakem Heyeti'ne başvururken yanında mutlaka satın olmuş olduğu ürünü götürür.

Yukarıda bilinçli tüketicilikle ilgili olumlu ve olumsuz özelliklere yer verilmiştir.

1. Hangileri bilinçli tüketicinin özelliklerindedir? *1, 2, 5, 8, 9, 10, 11*
2. Hangileri bilinçli tüketiciye ait olmayan özelliklerdir? *3, 4, 6, 7, 12*

Öğrencilerin başarı oranında artışın olduğu diğer bir soru, ihtiyaç kavramının üzerinde durulduğu 10. soru olmuştur:

- "10. I. Barınma
II. Oyuncak alma
III. Yeme-içme
IV. Geziye gitme

Yukarıdakilerden hangisi ya da hangileri zorunlu ihtiyaçlarımızdandır?

- A) I ve II B) I ve III C) II ve III D) II ve IV"

Bu sorudaki başarı oranı %86,95'ten %100'e çıkmıştır. Olumlu değişimde, eğitim sürecinde yapılan "İhtiyaç mı İstek mi" etkinliğinin katkıları olmuştur. Bilinçli tüketicilik konusuna giriş niteliğinde tasarlanan bu etkinlikte, öğrencilerden etkinlik kâğıdındaki tabloda yer alan bazı ürün ve hizmetlerin ihtiyaç mı istek mi olduklarını belirtmeleri istenmiştir. Etkinlikte öğrenciler, ihtiyaç ve istekleri doğru bir şekilde sınıflandırmışlardır. Video kayıtları incelendiğinde, yanlış cevaplarla ilgili düzeltmelerin ve açıklamaların gerek öğretmen gerekse öğrenciler tarafından yapıldığı görülmüştür.

Yine etkinlik sırasında öğrencilerin tamamı ihtiyaçların isteklere göre daha önemli olduğunu belirtmişlerdir. Bu durumu ifade eden Ö16, etkinlik kâğıdına: "Ben alışverişlerimde önce ihtiyaçlarıma öncelik veririm. Neden dersiniz; ihtiyaçlarımızı karşılamazsak hayatımızı sürdüremeyiz. Ancak bazen isteklerime de yer veriyorum. Çünkü kendimi daha iyi hissediyorum." vererek ihtiyaçların isteklere göre daha önemli olduğunu ifade etmiştir.

Etkinlikte yer alan diğer bir bölümde, tabloda yer alan ürün veya hizmet örneklerinden beş tanesini önem sırasına göre sıralamaları istenmiştir. Öğrencilerin yapmış oldukları sıralamada eğitim almak, süt, okul çantası, kaban, hikâye kitabı gibi cevapların öne çıktığı görülmüştür. Bu durum öğrencilerin kendi ihtiyaçlarını doğru bir şekilde ifade edebildiklerini göstermektedir. Aşağıda etkinliğin bir örneği yer almaktadır:

Fotoğraf-9: İhtiyaç mı İstek mi Etkinliği Örneği

Aşağıda yer alan ürün veya hizmetlerin ihtiyaç mı istek mi olduklarını ilgili yerlere işaretleyiniz.

Sıra	Ürün veya hizmet	İhtiyaç	İstek
1	Eğitim almak	✓	
2	Tiyatroya gitmek		✓
3	Araba almak		✓
4	Hikaye kitabı almak	✓	
5	Okul çantası almak	✓	
6	Sinemaya gitmek		✓
7	Yurt dışında geziye katılmak		✓
8	Konsere gitmek		✓
9	Kaban almak	✓	
10	Yeni bir ev daha almak		✓
11	Paten almak		✓
12	Çikolata almak		✓
13	Süt almak	✓	
14	Lunaparka gitmek		✓

Siz alışverişlerinizde ihtiyaçlarınıza mı isteklerinize mi öncelik verirsiniz ? Neden ?

İhtiyaçlara. Çünkü ihtiyaçlar daha önemli, onun için para 6

Yukarıdaki listeden sizin için önemli olan 5 ihtiyacı önem sırasına göre yazınız.

Süt almak
Eğitim almak
Kaban almak
Okul çantası almak
Hikaye kitabı almak

Bu etkinlikte zorunlu ihtiyaçların ön planda tutulması ve öğrencilerin de bunu ifade etmesi, etkinliğin ilgili soru için olumlu katkılar sağladığını göstermektedir. Çoktan seçmeli sorular bölümü, öğrencilerin işaretlemiş oldukları seçenekler açısından değerlendirildiğinde ise Tablo 11'de görülen sonuçlar ortaya çıkmıştır:

Tablo-11: Seçeneklere Göre Öğrenci Cevaplarının Dağılımı

Soru	Doğru Yanıt	Frekans Yüzde	A Şıkkı		B Şıkkı		C Şıkkı		D Şıkkı	
			Ön	Son	Ön	Son	Ön	Son	Ön	Son
1	B	f %	- -	- -	21 91,35	21 91,35	1 4,35	2 8,70	1 4,35	- -
2	A	f %	16 69,56	18 78,26	1 4,35	- -	- -	- -	6 26,08	5 21,73
3	C	f %	2 8,70	- -	3 13,04	- -	16 69,56	22 95,65	2 8,70	1 4,35
4	D	f %	3 13,04	2 8,70	4 17,39	1 4,35	1 4,35	- -	15 65,21	20 86,95
5	D	f %	- -	- -	1 4,35	1 4,35	1 4,35	- -	21 91,35	22 95,65
6	C	f %	- -	- -	- -	1 4,35	22 95,65	22 95,65	1 4,35	- -
7	C	f %	1 4,35	- -	11 47,83	- -	10 43,47	23 100	1 4,35	- -
8	A	f %	16 69,56	18 78,26	- -	1 4,35	3 13,04	- -	4 17,40	4 17,40
9	D	f %	1 4,35	- -	4 17,40	- -	1 4,35	- -	17 73,91	23 100
10	B	f %	1 4,35	- -	20 86,95	23 100	1 4,35	- -	1 4,35	- -
11	D	f %	6 26,08	4 17,40	5 21,73	3 13,04	5 21,73	1 4,35	7 30,43	15 65,21
12	D	f %	3 13,04	1 4,35	5 21,73	2 8,70	1 4,35	- -	14 60,86	20 86,95

Tablo 11'deki sonuçlarda, öğrencilerin bilinçli tüketicilik eğitimi sonrasında çeldirici olarak verilen seçenekleri daha az işaretledikleri ve doğru yanıt sayısının arttığı görülmektedir.

1. soruya ilişkin olarak ön bilgi değerlendirmesinde öğrencilerin 21'i (%91,35) "Etiket fiyatına bakmadan ürünü almak" seçeneğini (B şıkkı) işaretleyerek doğru cevap vermiştir. Yanlış cevap veren 2 öğrenci C (%4,35) ve D (%4,35) seçeneklerinde verilen çeldiricileri işaretledikleri görülmüştür. Son bilgi değerlendirmesinde yine öğrencilerin 21'i (%91,35) B seçeneğini işaretleyerek doğru cevap vermiştir. Yanlış cevap veren 2 öğrenci ise C (%8,70) seçeneğinde verilen

çeldiriciyi işaretlemiştir. Bu soru için ön bilgi ve son bilgi değerlendirme sonuçları arasında bir farklılık olmamıştır.

2. soruya ilişkin olarak ön bilgi değerlendirmesinde öğrencilerin 16'sı (%69,56) “*TSE damgası*” seçeneğini (A şıkkı) işaretleyerek doğru cevap vermiştir. Yanlış cevap veren 7 öğrencinin D (%26,08) ve B (%4,35) seçeneklerinde verilen çeldiricileri işaretledikleri görülmüştür. Son bilgi değerlendirmesinde ise öğrencilerin 18'i (%78,26) yine A seçeneğini işaretleyerek doğru cevap vermiştir. Yanlış cevap veren 5 öğrenci, D (%21,73) seçeneğinde verilen çeldiriciyi işaretlemiştir. Bu soru için ön bilgi ve son bilgi değerlendirme sonuçları karşılaştırıldığında, pozitif yönde bir değişim olduğunu söylemek mümkündür.

3. soruya ilişkin olarak ön bilgi değerlendirmesinde öğrencilerin 16'sı (%69,56) “*Üründeki ayıbı görmezden gelmek*” seçeneğini (C şıkkı) işaretleyerek doğru cevap vermiştir. Yanlış cevap veren 7 öğrencinin A (%8,70), B (%13,04) ve D (%8,70) seçeneklerinde verilen çeldiricileri işaretledikleri görülmüştür. Son bilgi değerlendirmesinde ise öğrencilerin 22'si (%95,65) yine C seçeneğini işaretleyerek doğru cevap vermiştir. Yanlış cevap veren 1 öğrenci, D (%4,35) seçeneğinde verilen çeldiriciyi işaretlemiştir. Bu soru için ön bilgi ve son bilgi değerlendirme sonuçları karşılaştırıldığında, pozitif yönde bir değişim olmuştur.

4. soruya ilişkin olarak ön bilgi değerlendirmesinde öğrencilerin 15'i (%65,21) “*Siteye bağlanma hızı ve süresi*” seçeneğini (D şıkkı) işaretleyerek doğru cevap vermiştir. Yanlış cevap veren 8 öğrencinin A (%13,04), B (%17,39) ve C (%4,35) seçeneklerinde verilen çeldiricileri işaretledikleri görülmüştür. Son bilgi değerlendirmesinde ise öğrencilerin 20'si (%86,95) yine D seçeneğini işaretleyerek doğru cevap vermiştir. Yanlış cevap veren 3 öğrenci, A (%8,75) ve B (%4,35) seçeneğinde verilen çeldiricileri işaretlemiştir. Bu soru için ön bilgi ve son bilgi değerlendirme sonuçları karşılaştırıldığında, pozitif yönde bir değişim olduğunu söylemek mümkündür.

5. soruya ilişkin olarak ön bilgi değerlendirmesinde öğrencilerin 21'i (%91,35) “*Ürünün fişini yanına alarak ürünün değişimini talep etmelidir.*” seçeneğini (D şıkkı) işaretleyerek doğru cevap vermiştir. Yanlış cevap veren 2 öğrencinin B

(%4,35) ve C (%4,35) seçeneklerinde verilen çeldiricileri işaretledikleri görülmüştür. Son bilgi değerlendirmesinde ise öğrencilerin 22'si (%95,65) yine D seçeneğini işaretleyerek doğru cevap vermiştir. Yanlış cevap veren 1 öğrenci, B (%4,35) seçeneğinde verilen çeldiriciyi işaretlemiştir. Bu soru için ön bilgi ve son bilgi değerlendirme sonuçları karşılaştırıldığında, pozitif yönde bir değişim görülmüştür.

6. soruya ilişkin olarak ön bilgi değerlendirmesinde öğrencilerin 22'si (%95,65) “*Kira ödemesi.*” seçeneğini (C şıkkı) işaretleyerek doğru cevap vermiştir. Yanlış cevap veren 1 öğrencinin D (%4,35) seçeneğinde verilen çeldiriciyi işaretlediği görülmüştür. Son bilgi değerlendirmesinde ise öğrencilerin 22'si (%95,65) yine C seçeneğini işaretleyerek doğru cevap vermiştir. Yanlış cevap veren 1 öğrenci, B (%4,35) seçeneğinde verilen çeldiriciyi işaretlemiştir. Bu soru için ön bilgi ve son bilgi değerlendirme sonuçları arasında bir farklılık olmamıştır.

7. soruya ilişkin olarak ön bilgi değerlendirmesinde öğrencilerin 10'u (%43,47) “*Alo 174*” seçeneğini (C şıkkı) işaretleyerek doğru cevap vermiştir. Yanlış cevap veren 13 öğrencinin A (%4,35), B (%47,83) ve D (%4,35) seçeneğinde verilen çeldiricileri işaretledikleri görülmüştür. Son bilgi değerlendirmesinde ise öğrencilerin tamamı (%100) C seçeneğini işaretleyerek doğru cevap vermiştir. Hiçbir öğrencinin son bilgi değerlendirmede yanlış cevap vermemesi, eylem araştırmasının pozitif katkısını gösterme açısından dikkat çekicidir.

8. soruya ilişkin olarak ön bilgi değerlendirmesinde öğrencilerin 16'sı (%69,56) “*Ürünün yenisi ile değiştirilmesini talep etmelidir.*” seçeneğini (A şıkkı) işaretleyerek doğru cevap vermiştir. Yanlış cevap veren 7 öğrencinin C (%13,04) ve D (%17,40) seçeneklerinde verilen çeldiricileri işaretledikleri görülmüştür. Son bilgi değerlendirmesinde ise öğrencilerin 18'i (%78,26) yine A seçeneğini işaretleyerek doğru cevap vermiştir. Yanlış cevap veren 5 öğrenci, B (%4,35) ve D (%17,40) seçeneğinde verilen çeldiricileri işaretlemiştir. Bu soru için ön bilgi ve son bilgi değerlendirme sonuçları karşılaştırıldığında, pozitif yönde bir değişim görülmüştür.

9. soruya ilişkin olarak ön bilgi değerlendirmesinde öğrencilerin 17'si (%73,91) “*Elif ve Pınar*” seçeneğini (D şıkkı) işaretleyerek doğru cevap vermiştir. Yanlış cevap veren 6 öğrencinin A (%4,35), B (%17,40) ve C (%4,35) seçeneğinde verilen

çeldiricileri işaretledikleri görülmüştür. Son bilgi değerlendirmesinde ise öğrencilerin tamamı (%100) D seçeneğini işaretleyerek doğru cevap vermiştir. Bu durum, uygulama sürecinde yapılan etkinliklerin ve diğer çalışmaların konunun öğrenilmesindeki pozitif katkısını göstermektedir.

10. soruya ilişkin olarak ön bilgi değerlendirmesinde öğrencilerin 20'si (%86,95) “*I ve III*” seçeneğini (B şıkkı) işaretleyerek doğru cevap vermiştir. Yanlış cevap veren 3 öğrencinin A (%4,35), C (%4,35) ve D (%4,35) seçeneğinde verilen çeldiricileri işaretledikleri görülmüştür. Son bilgi değerlendirmesinde ise öğrencilerin tamamı (%100) B seçeneğini işaretleyerek doğru cevap vermiştir. Bu soru için ön bilgi ve son bilgi değerlendirme sonuçları karşılaştırıldığında, pozitif yönde bir değişim görülmüştür.

11. soruya ilişkin olarak ön bilgi değerlendirmesinde öğrencilerin 7'si (%30,43) “*Bozuk ya da ayıplı malın aslının götürülmesi*” seçeneğini (D şıkkı) işaretleyerek doğru cevap vermiştir. Yanlış cevap veren 16 öğrencinin A (%26,08), B (%21,73) ve C (%21,73) seçeneğinde verilen çeldiricileri işaretledikleri görülmüştür. Son bilgi değerlendirmesinde ise öğrencilerin 15'i (%65,21) yine D seçeneğini işaretleyerek doğru cevap vermiştir. Yanlış cevap veren 8 öğrenci, A (%17,40), B (%13,04) ve C (%4,35) seçeneğinde verilen çeldiricileri işaretlemiştir. Bu soru için ön bilgi ve son bilgi değerlendirme sonuçları karşılaştırıldığında, pozitif yönde bir değişim görülmüştür.

12. soruya ilişkin olarak ön bilgi değerlendirmesinde öğrencilerin 14'ü (%60,86) “*I, II ve III*” seçeneğini (D şıkkı) işaretleyerek doğru cevap vermiştir. Yanlış cevap veren 9 öğrencinin A (%13,04), B (%21,73) ve C (%4,35) seçeneğinde verilen çeldiricileri işaretledikleri görülmüştür. Son bilgi değerlendirmesinde ise öğrencilerin 20'si (%86,95) yine D seçeneğini işaretleyerek doğru cevap vermiştir. Yanlış cevap veren 3 öğrenci, B (%4,35) ve C (%8,70) seçeneğinde verilen çeldiricileri işaretlemiştir. Bu soru için ön bilgi ve son bilgi değerlendirme sonuçları karşılaştırıldığında, pozitif yönde bir değişim görülmüştür.

Doğru-yanlış, boşluk doldurma ve çoktan seçmeli sorular bölümü değerlendirildiğinde, öğrencilerin en çok başarılı olduğu bölüm doğru-yanlış testi

bölümü olmuştur (%97,82). Bu bölümdeki bulgulara göre, eylem araştırması etkinliklerinden sonra öğrencilerin bilinçli tüketicilik konularıyla ilgili bilgilerinde pozitif yönde değişimler yaşandığı görülmüştür.

4.1.2. Öğrencilerin Bilinçli Tüketicilik Kavramına İlişkin Algıları

Bulguların bu bölümünde, araştırmanın sonunda öğrencilerle yapılan yapılandırılmış görüşmelerde yer verilen sorulara, öğrencilerin vermiş olduğu cevaplar değerlendirilmiştir. Bilinçli tüketici kavramına ilişkin algıları tespit etmek amacıyla öğrencilere "Bilinçli tüketici deyince aklına ne geliyor?" sorusu yöneltilmiştir. Görüşmelerde öğrencilerin vermiş oldukları cevaplar kodlanarak anlamlı hale getirilmiştir. Tablo 12'de öğrencilerin bilinçli tüketici kavramına ilişkin algıları yer almaktadır:

Tablo-12: Öğrencilerin Bilinçli Tüketici Kavramına İlişkin Algıları

Verilen cevaplar	<i>f</i>
Haklarını bilme ve kullanma	17
Ürün ambalajına dikkat etme	16
İhtiyaçlarına öncelik verme	10
Bütçeye uygun alışveriş yapma	9
Tasarruf etme	9
İsraftan kaçınma	5
Sağlıklı beslenme	4
Fiş, fatura veya garanti belgesi alma	4
Yerli ürün tercih etme	2
Fiyat araştırması	2
Sosyal bilgiler	1
Ekonomi	1
Kaliteli mal	1

Tablo 12'de görüldüğü gibi öğrencilerin büyük çoğunluğu bilinçli tüketici denince aklına en fazla "haklarını bilme ve kullanma" (17) geldiğini belirtmişlerdir. Örneğin; Ö6, bilinçli tüketici kavramı hakkındaki düşüncelerini: "*Sorumluluk sahibi, haklarını bilen, Alo 174 ve Alo 175 tüketici hatlarını ne zaman arayacağını bilen kişi.*" olarak ifade etmiştir. Burada öğrenci, bilinçli tüketiciyi tüketici haklarını bilen ve gerektiğinde şikâyet etme hakkını kullanan kişi olarak görmektedir. 2018 Sosyal Bilgiler Öğretim Programında, "*Bilinçli bir tüketici olarak haklarını kullanır.*" kazanımına yer verilmiş olması ve öğrencilerin de buna vurgu yapması öğrencilere

verilen bilinçli tüketicilik eğitiminin ve öğrenci cevaplarının programla örtüştüğünü göstermektedir. Bununla birlikte ilgili kazanım doğrultusunda yapılan etkinliklerin de bu sonuçların ortaya çıkmasında etkisi olmuştur. Bu etkiyi, "Yarı Yapılandırılmış Senaryo Tamamlama " etkinliğiyle açıklamak mümkündür. Öğrencilerin tüketici haklarını bilmesi ve kullanması çerçevesinde yapılan bu etkinliğin bir örneği aşağıda yer almaktadır:

Fotoğraf-16: Yarı Yapılandırılmış Senaryo Tamamlama Örneği

1. Serkan Bey'in aldığı televizyon 6 ay sonra arızalanmıştır. Bunun üzerine Serkan Bey garanti belgesi ve faturayla birlikte ürünü satın aldığı yere gitmiştir. Ancak satıcı Serkan Bey'in sorunuyla ilgilenmemiştir. Serkan Bey'in yerinde olsaydınız ne yapardınız?

Alo 175 tüketici danışma numarasını aramalı, sonra dilekçe yazıp tüketici hakları neytime başvurup şikâyetini anlatmalı.

Örnekte de görüldüğü üzere, öğrencinin çözüm önerisinde tüketici haklarının etkin kullanımı üzerinde durulmuştur. Bu durum, yapılan etkinlik ve öğretim programındaki ilgili kazanımın uyuştüğünü göstermektedir.

Öte yandan bu bölümde öğrencilerin bilinçli tüketiciyi sorumluluk sahibi olarak nitelendirmesi dikkat çekicidir. SBÖP'de bilinçli tüketicilik becerilerinin geliştirilmesi kapsamında sorumluluk değeri ve araştırma becerisine de yer verilmiştir. Bilinçli tüketiciyle sorumluluk değerini ilişkilendiren Ö14: "...alışverişten sonra fiş, fatura veya garanti belgesi alan kişi." şeklinde görüş bildirmiştir. Araştırma becerisi ile bilinçli tüketiciyi ilişkilendiren Ö23 ise bilinçli tüketiciyi "...fiyat araştırması yapan kişi." olarak açıklamıştır. Öğrencilerin de bu beceriye vurgu yapması öğrencilere verilen eğitimin programla uyuştüğü şeklinde değerlendirilebilir. Araştırma becerisi ile yakından ilişkili olan fiyat araştırması konusunda, uygulama sürecinde "Piyasa Araştırması" adıyla bir etkinlik de tasarlanmıştır. Bu etkinlikte, öğrencilere piyasa araştırması formu üzerinde yer alan gıda ürünlerinin farklı satış yerlerinde hangi fiyatlarla satışa sunulduğunu araştırmaları istenmiştir. Etkinlik kâğıdını dağıtmadan önce öğrencilere piyasa

araştırması ile ilgili bazı bilgiler verilmiştir. Piyasa araştırmasının, satın alınması düşünülen ürün veya hizmetlerin fiyatlarının farklı yerlerden araştırılarak çeşitli bakış açılarıyla karşılaştırmaların yapılması olduğu öğrencilere anlatılmıştır. Öğrencilerin satış yerlerine bizzat giderek ya da genel ağ hizmetlerini kullanarak form üzerindeki ürünlerin fiyat araştırmalarını yapmalarının ardından etkinliğin sınıf ortamında değerlendirmesi aşamasına geçilmiştir. Bu bağlamda piyasa araştırmasının nasıl yapıldığı, piyasa araştırması yapmanın faydalarının neler olduğu, aynı ürünün farklı satış yerlerinde farklı fiyatlarda satışa sunulmasının neyi ifade ettiği üzerine sınıf ortamında öğrenci görüşleri doğrultusunda çeşitli değerlendirmelerde bulunulmuştur. Aşağıda etkinliğin bir örneği yer almaktadır:

Fotoğraf-17: Piyasa Araştırması Etkinliği Örneği

PİYASA ARAŞTIRMASI

Aşağıdaki formda yer alan ürünlerin farklı satış yerlerindeki fiyatlarını araştırarak ilgili forma yazınız. Araştırma sonunda elde ettiğiniz ürün fiyatlarını karşılaştırınız.

SIRA	ÜRÜN	A SATIŞ YERİ	B SATIŞ YERİ	C SATIŞ YERİ
1	Çay	6.50	8.00	8.00
2	Süt	4.00	4.50	3.50
3	Zeytin yağı	^{1kg} 30	^{1kg} 25	^{1kg} 28
4	Yoğurt	13	15	16
5	Pirinç	7.50	8.00	8.50
6	Şeker	3.00	3.25	3.99
7	Un	3.50	3.00	2.99
8	Domates	7.00	6.50	7.99
9	Salatalık	3.50	3.00	3.99
10	Biber	7.00	7.00	7.00


Video kayıtları incelendiğinde, öğrencilerin piyasa araştırmasını genel ağ (internet) üzerinden veya pazar, market, mağaza gibi satış yerlerinden yaptıklarını anlattıkları görülmüştür. Yine video kayıtlarında, öğrencilerin piyasa araştırması yoluyla aynı ürünün çok daha uygun fiyata alınabileceği yönünde fikirler ifade

ettikleri tespit edilmiştir. Bu yönleriyle, piyasa araştırması etkinliğinin bilinçli tüketicilik özelliklerinin ve programda yer alan araştırma becerisinin öğrencilere kazandırılması açısından faydaları olmuştur.

Öte yandan öğrenci görüşleri sadece programda yer verilen beceri ve değerlerle sınırlı kalmamıştır. Öğrenciler, 5. sınıf düzeyindeki ilgili öğrenme alanındaki beceriler arasında bulunmayan öz denetim, karar verme, finansal okuryazarlık becerilerinin yanı sıra tasarruf değerine de vurgu yapmışlardır. Örneğin Ö7: *"Bir şeyi ihtiyacı kadar alan kişi."* olarak bilinçli tüketiciyi algıladığını ifade etmiştir. Öğrencinin cevabı, öz denetim becerisi ile bilinçli tüketicilik kavramı arasında bağlantı kurulduğunu göstermektedir.

Öğrencilerin bilinçli tüketici algılarında haklarını bilme ve kullanma (17) cevabının ardından en fazla ifade ettikleri ikinci görüş, ürün ambalajına dikkat etme (16) olmuştur. Öğrenciler, bilinçli tüketiciyi ürün ambalajının açık olmamasına dikkat eden, ambalaj üzerindeki işaretlere, özelliklere ve yazılara bakan kişi olarak algılamaktadırlar. Örneğin Ö13, bu hususta: *"Son kullanma tarihi, üretim tarihi ve TSE damgasına dikkat etme."* cevabını vermiştir. Ayrıca öğrencilerin bilinçli tüketiciyi, satın alınan ürünün kalite standartlarına uygun olarak üretildiğini gösteren belge olan TSE damgasına dikkat eden kişi olarak görmesi, öğrencilerin güvenilir ürünleri tercih etmeye dikkat ettiklerini göstermektedir. Öğrencilerin TSE damgası üzerinde durmasında ise yapılan etkinliklerin katkısı olmuştur. Örneğin; "Logo ve Amblem Çalışması" etkinliğinde TSE damgasına yer verilmiştir. Etkinliğin TSE damgası ile ilgili bölümü ve öğrenci cevaplarından örnekler, aşağıdaki tabloda sunulmuştur:

Tablo-13: TSE Damgası İle İlgili Açıklamalardan Örnekler

Logo veya Amblem	Öğrenci	Alıntı
	Ö18	Ürünün devletin koymuş olduğu kurallara uygun olarak üretildiğinin göstergesidir.
	Ö11	Devletin kurallarına göre bir ürünün üretildiğini gösteren simge.

Öğrenciler bilinçli tüketici kavramını hakları bilme ve kullanma, ürün ambalajına dikkat etme, ihtiyaçlarına öncelik verme, bütçeye uygun alışveriş yapma, tasarruf etme, israftan kaçınma ve sağlıklı beslenme gibi hususlar çerçevesinde açıklamışlardır. Alanyazında bilinçli tüketici kavramına ilişkin çeşitli tanımlar yapıldığı görülmektedir. Bu tanımlamalar bilinçli tüketicide olması gereken özellikler üzerinden yapıldığı için bu kavramın sınırlı bir tanımını yapmak zordur. Ancak öğrencilerin bilinçli tüketici algılarından hareketle bilinçli tüketiciyi; haklarını bilen ve kullanan, bütçesine uygun hareket eden, temel ihtiyaçlarına öncelik veren, ürün ambalajlarına dikkat eden, israftan kaçınan, fiyat araştırması yapan, kaliteli, güvenli, yerli ve sağlıklı ürünler tercih eden tasarruflu bir birey olarak tanımlamak mümkündür.

4.1.3. Öğrencilerin Kendilerini Bilinçli Bir Tüketici Olarak Algılama Durumları

Bu bölümde, öğrencilerle yapılan yapılandırılmış görüşmeler çerçevesinde öğrencilerin kendilerini bilinçli bir tüketici olarak algılama durumlarına ilişkin bulgulara ulaşılmıştır. Öğrencilerin kendilerini bilinçli bir tüketici olarak algılayıp algılamadıklarını tespit etmek amacıyla öğrencilere "Bilinçli bir tüketici olduğunuzu düşünüyor musunuz? Neden?" sorusu yöneltilmiştir. Tablo 14'te öğrencilerin kendilerini bilinçli tüketici olarak algılama durumlarına ilişkin görüşleri yer almaktadır:

Tablo-14: Öğrencilerinin Kendilerini Bilinçli Tüketici Olarak Algılama Durumları

Verilen cevaplar	<i>f</i>
Evet	18
Hayır	3
Kısmen	2

Tablo 14'te görüldüğü üzere öğrencilerin çoğunluğu (18), kendilerini bilinçli tüketici olarak algılamaktadır. Bu kapsamda öğrencilerin kendilerini bilinçli tüketici olarak görmelerinin gerekçeleri sorulmuştur. Kendilerini bilinçli tüketici olarak gören öğrenciler gerekçelerini Tablo 15'teki gibi açıklamışlardır:

Tablo-15: Öğrencilerin Kendilerini Bilinçli Bir Tüketici Olarak Algılama Gereçekleri

Verilen cevaplar	f
Üretim ve son kullanma tarihlerine dikkat ederim.	11
Ürün ambalajlarını ve özelliklerini incelerim.	10
Tasarruf ederim.	7
Haklarımı bilir ve kullanırım.	7
İhtiyaçlarıma öncelik veririm.	5
Alışveriş sonrası fiş, fatura veya garanti belgesi alırım.	5
İhtiyaç listesi hazırlarım.	4
Sağlıklı beslenirim.	3
Bütçeme uygun hareket ederim.	2
Yerli ürünleri tercih ederim.	2
Ürünlerin fiyatlarına dikkat ederim.	2
İsraf etmem.	2
Fiyat araştırması yaparım.	1
Ürünün kaliteli olmasına dikkat ederim.	1

Görüldüğü üzere öğrencilerin kendilerini bilinçli tüketici olarak algılama gerekçelerinin başında üretim ve son kullanma tarihlerine dikkat etme gelmektedir. Ö12'nin açıklamalarından kendini bilinçli tüketici olarak görme gerekçesini anlamak mümkündür: *"...çünkü yiyecek ve içeceklerin üretim ve son kullanma tarihine bakıyorum."* Öğrenciler, tüketici sorumluluğu bilinci çerçevesinde hareket ederek son kullanma tarihi geçmiş ürünleri satın almak istememekte ve buna dikkat eden öğrenciler de kendilerini bilinçli tüketici olarak görmektedirler. Bununla birlikte ürün ambalajı ve özelliklerine dikkat eden öğrenciler de kendilerini bilinçli tüketici olarak görmektedirler. Bu şekilde görüş bildiren Ö21, düşüncesini şöyle ifade etmiştir: *"...çünkü ürünlerin ambalajlarını açık mı kapalı mı diye kontrol ediyorum."* Öğrencilerin ürün ambalajı ve özelliklerini incelemesi onların sağlıklı ürünleri satın almaya gayret ettiklerinin göstergesidir. Çünkü ürün ambalajları üzerinde yer alan açıklamalar genellikle tüketici sağlığını ilgilendirmektedir.

Öğrencilerin kendilerini bilinçli tüketici olarak görme gerekçelerinden biri de tasarruf değeri olmuştur. Örneğin; tasarruf etmeyi bilinçli tüketici olma gerekçesi olarak gören Ö10, düşüncesini şöyle anlatmıştır: *"Çok harcama yapmıyorum. Çok harcama yapmayınca paramın çoğu cebimde kalıyor."* Öğrencilerin tasarruf değerine vurgu yaptıklarının diğer bir göstergesi ise etkinlikler olmuştur. Örneğin;

"Broşür veya Slogan Hazırlama" etkinliğinde öğrenciler, tasarrufu anlatan ürünler ortaya koymuşlardır. Aşağıda buna ilişkin bir broşür örneği yer almaktadır:

Fotoğraf-18: Broşür Örneği



Tasarruf etmenin yanı sıra tüketici sorumluluğu doğrultusunda haklarını bildiğini ve kullandığını, alışverişten sonra fiş, fatura veya garanti belgesi aldığını, ihtiyaç listesi hazırladığını ve yerli ürünleri tercih ettiğini belirten öğrenciler de bu gerekçelerle bilinçli tüketici olduklarını düşünmektedirler. Genel olarak bu bulgular, öğrencilerin kendilerini bilinçli tüketici olarak görmelerinde özellikle ürünlerin üretim ve son kullanma tarihlerine dikkat etme ve yine ürünlerin ambalajları ve özelliklerinin incelenmesinin etkili olduğunu göstermektedir. Bu durumun ortaya çıkmasında öğrencilerin bizzat kendi yaşantılarının yani yapmış oldukları alışverişlerin etkili olduğu söylenebilir. Bunların yanında bütçeye uygun hareket etme, ürünlerin fiyatlarına dikkat etme ve fiyat araştırması yapma gibi bütçe ve parayı ön plana çıkararak öğrenci gerekçelerinin olduğunu söylemek mümkündür. Ayrıca israftan kaçınma, sağlıklı beslenme, ihtiyaçlara öncelik verme ve kaliteli ürünleri tercih etme gibi gerekçelerle bilinçli tüketici olduğunu ifade eden öğrenciler de olmuştur.

Öte yandan öğrencilerin çoğunluğu kendilerini bilinçli tüketici olarak görmekte beraber bazı öğrencilerin kendilerini bilinçli tüketici olarak görmedikleri tespit edilmiştir. Kendilerini bilinçli tüketici olarak görmeyen öğrenciler gerekçelerini kuralları uygulamama (1), alışveriş yaparken dikkat etmeme (1), sağlıklı yiyecekleri çok az alma (1) ve son kullanma tarihine bakmama (1) şeklinde açıklamışlardır. Örneğin; bilinçli tüketici olduğunu düşünmeyen Ö16: "*Hayır, çünkü çok az sağlıklı yiyecekler alıyorum.*" cevabıyla sağlıklı beslenmenin bilinçli tüketici olma üzerindeki önemine vurgu yapmıştır.

Kendisini bilinçli tüketici olarak algılayan veya algılamayan öğrencilerin olmasının yanında, kısmen bilinçli tüketici olduklarını düşünen öğrenciler de olmuştur. Kısmen cevabı veren öğrenciler (2), bu şekilde düşünme gerekçelerini, bilinçli tüketicinin olumlu özelliklerinden olan bütçeye uygun davranma (1), yerli ürünleri tercih etme (1) ve son kullanma tarihine bakma (1) ile bilinçli tüketicide bulunmaması gereken her gördüğünü almak isteme (1) ve son kullanma tarihine bakmama (1) gibi davranışlar üzerinden ifade etmişlerdir. Örneğin Ö8: "*Genelde son kullanma tarihine bakmıyorum ama bütçeme uygun davranırım.*" düşüncesiyle kendisinde bilinçli tüketicide olması ve olmaması gereken bazı özelliklerin olduğunu ve bu nedenlerle kısmen cevabı verdiğini ifade etmiştir.

Genel olarak bulgular değerlendirildiğinde, öğrencilerin büyük bir kısmının kendisini bilinçli tüketici olarak gördüğünü söylemek mümkündür. Ancak çalışma sürecinde yapılan "Bilinçli Tüketici Olma Eğilimlerini Belirleme Soruları" etkinliğinde, öğrencilerin farklı cevaplar verdikleri görülmüştür. Örneğin; "Yeterli paran olsaydı neler almak isterdin?" sorusuna öğrenciler, isteklerini karşılayan ürünler almak istediklerini belirtmişlerdir. Bu şekilde düşünen Ö2: "*Yeterli param olsaydı akıllı telefon, dizüstü bilgisayar, dron, akıllı saat, uzaktan kumandalı helikopter, elektrikli matkap alırdım.*" cevabını vermiştir. Bu cevaptan da yola çıkarak öğrencilerin öncelikli olarak ihtiyaçlarını karşılamak istedikleri ama yeterli miktarda paraya sahip olduklarında isteklerini de satın almak istediklerini söylemek mümkündür. Bu durum, öğrencilerin ihtiyaçlarını daha öncelikli olarak algıladıklarını göstermektedir.

4.1.4. Öğrencilerin, Ailelerini Bilinçli Bir Tüketici Olarak Algılama Durumları

Bu bölümde öğrencilerle yapılan yapılandırılmış görüşmelerde onların ailelerini bilinçli bir tüketici olarak nasıl algıladıklarını tespit etmek amacıyla öğrencilere "*Anne ve babanın bilinçli tüketici olduğunu düşünüyor musun? Neden?*" sorusu yöneltilmiştir. Öğrencilerin tamamına yakınının anne ve babasını bilinçli tüketici olarak algıladıklarını gösteren sonuçlar Tablo 16'da yer almaktadır:

Tablo-16: Öğrencilerinin Ailelerini Bilinçli Tüketici Olarak Algılama Durumları

Cevaplar	<i>f</i>
Evet	22
Anne Evet - Baba Hayır	1

Tablo 16'da görüldüğü üzere, öğrencilerin tamamına yakını anne ve babalarını bilinçli tüketici olarak görmektedir. Yani öğrenciler kendilerini bilinçli tüketici olarak gördükleri gibi ailelerini de bilinçli tüketici olarak görmektedir. Yalnızca bir öğrenci babasını bilinçli tüketici olarak görmemiştir. Bu şekilde düşünmesinin gerekçesini ise Ö1: "*Babam bilinçli bir tüketici değil, çünkü babam ne istersem alır. Tasarruf etmez.*" cevabı ile açıklamıştır. Anne ve babalarını bilinçli tüketici olarak gördüklerini belirten öğrenciler, gerekçelerini Tablo 17'deki şekilde açıklamışlardır:

Tablo-17: Öğrencilerin Anne-Babalarını Bilinçli Bir Tüketici Olarak Algılama Gerekçeleri

Cevaplar	<i>f</i>
Ürünlerin son kullanma tarihine bakar.	8
İhtiyaçlara öncelik verir.	6
İhtiyaç listesi hazırlar.	6
Bütçesine uygun alışveriş yapar.	5
Fiyat araştırması yapar.	4
İsraf etmez.	4
Yerli ürünleri tercih eder.	3
Sağlıklı ürünler tercih eder.	3
TSE damgasına dikkat eder.	3
Parasını bilinçli kullanır.	3
Kurallara uyar.	2
Alo 174 ve 175 hatlarından yararlanır.	2
Ürün ambalajının açık olmamasına dikkat eder.	2
Alışverişten sonra fiş, fatura veya garanti belgesi alır.	2
Bizim çok para harcamamızı istemez.	1

Çok para harcamaz.	1
Haklarını bilir.	1
Alışveriş fişi veya faturasını inceler.	1
Ürünlerin özelliklerini inceler.	1
Kaliteli ürünleri tercih eder.	1
Ürünlerin üretim tarihine bakar.	1

Tablo 17, öğrencilerin ailelerini bilinçli tüketici olarak algılama gerekçeleriyle kendilerini bilinçli tüketici olarak algılama gerekçelerinin benzerlik gösterdiğini ortaya koymaktadır. Bunu en iyi ifade eden bulgu son kullanma tarihine dikkat etme olmuştur. Öğrencilerin kendilerini bilinçli tüketici olarak görme nedeninin başında yer alan son kullanma tarihi, anne ve babaların bilinçli tüketici olarak görülme gerekçesinin de ilk sırasında yer almıştır. Ö5, bu durumu şöyle açıklamıştır: *"Evet. Çünkü satın alacakları ürünlerin son kullanma tarihlerine bakıyorlar."* Bu örnekten de yola çıkarak yine son kullanma tarihinin, çocuk ve yetişkin ayırt etmeden bütün tüketiciler için önemli bir unsur olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte öğrencilerin anne ve babalarını bilinçli tüketici olarak görme nedenlerinden birisi onların ihtiyaçlarına öncelik vermesi olmuştur. Öğrenciler, ailelerinin ihtiyaçlarına öncelik vermesi ve ihtiyaç listesi hazırlaması nedeniyle bilinçli tüketici olarak görmektedirler. Ö2'nin: *"Evet, çünkü her alışverişe gidişlerinde ihtiyaç listesi hazırlıyorlar ve ihtiyaçlara öncelik veriyorlar."* cevabı bu durumu açıklayan bir örnek olarak ifade edilebilir. Ayrıca öğrenciler, ailelerinin bütçesine uygun alışveriş yapması, fiyat araştırması yapması, israftan kaçınması, yerli ve sağlıklı ürünleri tercih etmesi ve TSE damgasına dikkat etmesi gibi nedenlerle anne ve babalarını bilinçli tüketici olarak gördükleri saptanmıştır.

Öğrenci görüşlerine göre ailelerin bilinçli tüketici oldukları açıkça görülmektedir. Bununla birlikte eylem araştırması sürecinde "Aile Tüketim Eğilimlerini Belirleme" etkinliğinde de bu durumu destekleyen kesitler yer almaktadır. Bu etkinlikte, öğrencilerin velileri ile görüşmeleri sonucunda yazmış oldukları cevaplar, uygulayıcı öğretmen tarafından toplanmış ve velilerin bilinçli tüketicilik eğilimlerini görmek amacıyla incelemeler yapılmıştır. Yapılan incelemede, velilerin özellikle alacakları ürünleri unutmama, zaman kaybı yaşamama ve ihtiyaçlarına öncelik verme amacıyla ihtiyaç listesi hazırladığı görülmüştür.

Örneğin; Ö12'nin velisi ihtiyaç listesi ile ilgili soruya: *"İhtiyacım dışında bir şey almamak için ihtiyaç listesi hazırlarım."* demiştir. Ö1'in velisi ise ihtiyaç listesi hakkındaki düşüncesini: *"Hem alacağımızı unutmamak hem de zaman kaybı olmasın diye ihtiyaç listesi hazırlarım."* şeklinde açıklamıştır. İhtiyaç listesi hazırlamanın yanında velilerin fiyat araştırmasını da etkin şekilde yaptıkları tespit edilmiştir. Bu konuda veliler; bütçeye uygun, kaliteli ve daha ucuz ürünleri satın almak ve indirimlerden yararlanmak amacıyla internetten, mağazalardan ve marketlerden fiyat araştırması yaptıklarını belirtmişlerdir. Örneğin fiyat araştırması yaptığını söyleyen Ö4'ün velisi: *"Kaliteli malı daha uygun fiyata almak için fiyat araştırması yapıyorum."* diyerek konu hakkındaki düşüncesini ifade etmiştir.

Formun değerlendirilmesinde dikkati çeken bir diğer husus, velilerin gıda alışverişlerini market ve pazarlardan; giyim alışverişlerini ise çoğunlukla mağazadan, bazen de internet ve pazarlardan yapmış olmalarıdır. Örneğin; Ö10'un velisi gıda ve pazar alışverişleri ile ilgili düşüncesini: *"Gıda alışverişlerini marketten alıyorum, çünkü ürünleri seçiyorum. Giyim alışverişlerini ise pazardan yapıyorum çünkü fiyatlar uygun oluyor."* cevabıyla açıklamıştır. Formun değerlendirilmesinde dikkati çeken bir diğer nokta velilerin tasarruf yaptıkları; birikimi ise yapmaya çalıştıkları olmuştur. Örneğin Ö15'in velisi tasarruf yapma ile ilgili durumunu: *"Bütçemizi aşmamak için tasarruf yapıyoruz."* açıklamasıyla ifade etmiştir. Birikim yapabilen Ö19'un velisi: *"İstediğimiz eşyaları almak için birikim yapıyoruz."* demiştir. Etkinlik bulguları, velilerin bilinçli tüketici davranışlarını gösterdiklerini ortaya koymaktadır.

Öte yandan öğrencilerin, ailelerini bilinçli tüketici olarak görmelerinde yapılan görüşmelerin de etkili olduğu söylenebilir. Video kayıtlarındaki gözlemler, bu etkiyi açıklamak adına bizlere yardımcı olmaktadır. "Aile Tüketim Eğilimlerini Belirleme" etkinliğinin sonundaki video kaydı incelendiğinde, öğretmenin öğrencilere; *"Ailenle yapmış olduğun bilinçli tüketicilik görüşmesi sana ne kattı? Bu görüşmede neler öğrendin?"* sorusunu yönelttiği ve öğrencilerin bu soruya aile bireylerinin alışverişte nasıl davrandıklarını ve ebeveynlerinin bilinçli bir tüketici olup olmadıklarını öğrendiklerini söyledikleri görülmüştür.

Bu bölümdeki bulgulara dayanarak öğrencilerin kendilerini ve ailelerini de bilinçli tüketici olarak gördüklerini söylemek mümkündür.

4.1.5. Bilinçli Tüketici Eğitimine Öğrencilerin Katkıları

Araştırmanın son bölümünde bilinçli tüketici eğitiminin öğrencilere katkılarına ilişkin bulgulara ulaşılmıştır. Eğitimin katkılarının neler olduğunu tespit etmek amacıyla öğrencilere "*Aldığın bilinçli tüketici eğitimi sana neler kattı? Anlatır mısın?*" sorusu yöneltilmiştir. Tablo 18'de öğrencilerin aldıkları bilinçli tüketici eğitimine ilişkin görüşleri yer almaktadır:

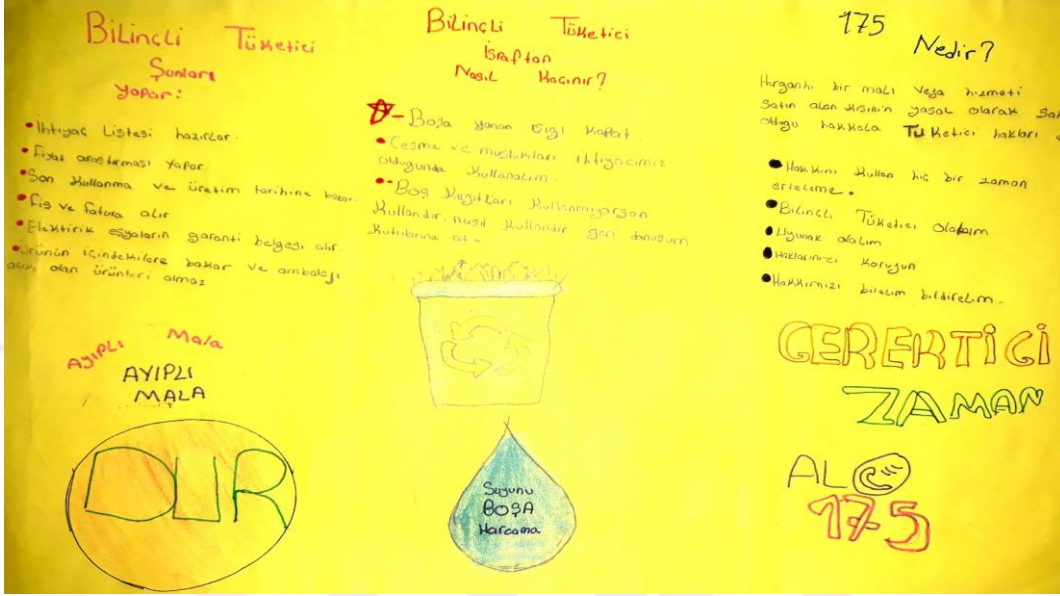
Tablo-18: Öğrencilerin Bilinçli Tüketici Eğitimine İlişkin Görüşleri

Verilen cevaplar	f
Bilinçli tüketicinin özelliklerini öğrenme	23
Tüketici haklarını bilme ve kullanma	18
Son kullanma tarihinin önemini kavrama	7
İhtiyaç listesi hazırlamanın önemini anlama	4
İhtiyaçlara öncelik vermenin önemini fark etme	3
TSE damgasının önemini öğrenme	3
Fiş, fatura veya garanti belgesi almak gerektiğini kavrama	2
Tasarruf yapmayı öğrenme	1
İsraftan kaçınmanın önemini fark etme	1
Bütçe hazırlamayı öğrenme	1
Sınavlara katkı sağlama	1

Tablo 18'deki sonuçlar, bilinçli tüketici eğitiminin, öğrencilere bilinçli tüketicinin özelliklerini öğrenme konusunda önemli katkılar sağladığını göstermektedir. Öğrencilerin tamamı kendilerine verilen eğitimin bilinçli tüketicinin özelliklerini öğrettiğini ifade etmişlerdir. Ö1'in ifadelerinden öğrencilere verilen eğitimin katkılarını açıkça anlamak mümkündür: "*Bilinçli tüketici ne yapar sorusunu rahatlıkla cevaplayabilmemi sağladı. Ayrıca bilinçli tüketicinin özelliklerini öğrendim.*". Görüldüğü gibi öğrenci, kendisine verilen eğitimin katkısı olarak bilinçli tüketicide olması gereken özelliklerle ilgili bilgi sahibi olduğunu anlatmıştır. Öğrencilerin tamamının bilinçli tüketici özelliklerini öğrendiklerini belirtmesinde eğitim sırasında bilinçli tüketicinin özellikleriyle ilgili etkinliklerin yoğun bir şekilde yapılması etkili olmuştur. Bu katkıyı, "Pano Çalışması" etkinliğinden örnek bir

öğrenci ürünüyle anlatmak mümkündür. Öğrencinin, bilinçli tüketicinin özelliğini anlattığı broşür örneği aşağıda sunulmuştur:

Fotoğraf-19: Çalışma Panosu Ürün Örneği



Fotoğrafta görüldüğü üzere, öğrenci burada bilinçli tüketicinin özelliklerini anlatan ifadelerle yer vermiştir. Bununla birlikte eğitimin katkılarını ifade eden öğrencilerin açıklamalarından da bilinçli tüketici özelliklerinin öğrenciler tarafından öğrenildiğini söylemek mümkündür. Bu bağlamda öğrencilerin neredeyse tamamının açıklamalarında bilinçli tüketici davranışlarına dair örnekler bulunmaktadır. Mesela Ö8: "TSE damgasına ve son kullanma tarihine bakmam gerektiğini öğrendim." cevabıyla bilinçli tüketicinin özellikleri hakkında bilgi sahibi olduğunu anlatırken; Ö22: "İhtiyaçlarıma öncelik vermem gerektiğini ve ihtiyaç listesi hazırlamanın önemini öğrendim." şeklinde görüşünü belirtmiştir. Ö22'nin bu cevabı ise "İhtiyaç mı İstek mi" ve "İhtiyaç Listesi Hazırlama" etkinliğine götürmektedir. Çünkü öğrencinin bu cevabı vermesinde adı geçen iki etkinliğin bilinçli tüketicilik eğitiminde kullanılması etkili olmuştur. Örneğin; "İhtiyaç Listesi Hazırlama" etkinliğinde, öğrencilerin hazırlamış oldukları ihtiyaç listesinde ekmek, sebze, meyve, şeker, pirinç, un, et, peynir, yumurta gibi gıda ürünleriyle; kalem, silgi, okul çantası, defter, kitap gibi kırtasiye malzemelerinin yer aldığı görülmüştür. Bunların yanı sıra kaban, telefon, tablet, sağlık malzemeleri, ayakkabı gibi ürünler de öğrencilerin hazırlamış oldukları ihtiyaç listesinde yer almıştır. Ayrıca bazı öğrencilerin hazırlamış oldukları

listede elektrik, su, doğalgaz faturası ve ev kirası gibi giderlerin de yer aldığı tespit edilmiştir. Öğrencilere, bu giderlerin ihtiyaç listesinde değil aile bütçesinin giderler kısmında yer alması gerektiği ayrıca anlatılmıştır.

Gerekli düzeltmelerin yapılmasının ardından ihtiyaç listesinin hazırlanmasında nelerin etkili olduğu, ihtiyaç listesi hazırlamanın ne gibi faydalarının olduğu ve ihtiyaçların karşılanması veya karşılanmaması durumlarında insanların neler hissettikleri ile ilgili etkinlik bölümüne geçilmiştir. Bu bölümde öğrenciler, ihtiyaç listesinin hazırlanmasında insanların beslenme, giyinme ve eğitim gibi ihtiyaçların olmasının etkili olduğunu belirtmişlerdir. Bununla birlikte ihtiyaç listesi hazırlamanın; gereksiz yere ürün alınmaması, alacağımız ürünleri unutmamamızı sağlaması ve paranın boş yere harcanmaması gibi yararlarının olduğu öğrenci cevaplarında yoğun bir şekilde yer almıştır. Örneğin Ö18, ihtiyaç listesi hazırlamanın faydalarını: "Alacağımız şeyleri unutmayız. İsraftan kaçınırız, sorumluluk sahibi oluruz, ihtiyaç ve istekleri karıştırmayız." cevabıyla açıklamıştır. Aşağıda etkinliğin bir örneği yer almaktadır:

Fotoğraf-20: İhtiyaç Listesi Hazırlama Etkinliği Örneği

Siz de bir ihtiyaç listesi hazırlayınız. Hazırladığınız ihtiyaç listesini arkadaşlarınızla karşılaştırarak tartışınız.

SIRA	İHTİYAÇ	SIRA	İHTİYAÇ
1	Su	8	Ayakkabı
2	Biber	9	Meyve
3	Domates	10	Mutfak aletleri
4	Salatalık	11	
5	Diğer yiyecekler	12	
6	Kaban	13	
7	Tişört	14	

Bu ihtiyaç listesini belirlemenizde nelerin etkili olduğunu yazınız.
 Öncelik sırası, gerçekleri de ihtiyaç olması, alacağımız şeyleri unutmamak, yanlışlıkla isteklerin daha çok alınmasını engellemek, israftan kaçınmak vb. şeyler.


İhtiyaçlarınız karşılandığında veya karşılanmadığında neler hissedersiniz?
 İhtiyaçlarımız karşılandığında: mutlu, güvende, huzurlu ve sağlıklı hissederiz. İhtiyaçlarımız karşılanmadığında: üzgün, güvensiz, huzursuz ve kötü hissederiz.

Alışverişe çıkmadan önce bir ihtiyaç hazırlamanın yararları neler olabilir?
 Alacağımız şeyleri unutmayız.
 İsraftan kaçınırız.
 Sorumluluk sahibi oluruz.
 Önce almamız gereken şeyleri biliriz.
 İhtiyaç ve istekleri karıştırmayız.

Öğrenciler etkinliğin son bölümünde, ihtiyaçların karşılanması durumunda kendilerini mutlu hissettiklerini, sevindiklerini; ihtiyaçlarının karşılanmaması halinde ise kendilerini kötü hissettiklerini ve üzüldüklerini belirtmişlerdir.

Eylem araştırmasının öğrencilere sağladığı ikinci önemli katkı, tüketici hakları (18) konusunda olmuştur. Öğrenciler, tüketici haklarını bilme ve kullanma konusunda bilgiler edindiklerini ifade etmişlerdir. Bu duruma ilişkin düşüncelerini belirten Ö18: "...bir tüketici olarak sahip olduğum hakları, aynı zamanda haklarımı savunma yollarını vb. şeyleri daha iyi ve ayrıntılı bir şekilde öğrendim." şeklinde düşüncesini açıklamıştır. Ö5 ise, tüketici haklarından ürün iadesi ve şikâyet hakkını anlatan bir örnekle yine düşüncelerini ifade etmiştir: "Aldığımız mal bozuk olursa onu geri iade edebileceğimizi ve sorun olursa dilekçe ile mahkemeye başvurabileceğimizi öğrendim." Öğrenci cevapları ile kendisine verilen bilinçli tüketicilik eğitiminin ve programdaki kazanımın örtüştüğünü göstermektedir. Daha önceki bölümlerde de ifade edildiği üzere SBÖP'nin Üretim Dağıtım ve Tüketim öğrenme alanında "Bilinçli bir tüketici olarak haklarını kullanır." kazanımı yer almaktadır. Öğrencilerin tüketici haklarını öğrendiklerini belirtmeleri ve hak arama yollarını anlatmalarında kendilerine verilen eğitimin ve yapılan etkinliklerin değerli katkıları olmuştur. Örneğin; "Görsel Yorumlama" etkinliğinde öğrencilerin vermiş oldukları cevaplar, onların tüketici haklarını öğrendiklerini ve tüketicinin haklarını kullanması gerektiğini kavradıklarını göstermektedir. Etkinliğin ilgili kısmı, aşağıda yer almaktadır:

Tablo-19: Görsel Yorumlamalarından Örnekler

Görsel	Öğrenci	Alıntı
	Ö1	Satılan mal geri alınır. Yasalara göre zaten tüketici cayma hakkına sahiptir.
	Ö15	Satın alınan bozuksa mutlaka geri alınması gerekir. Geri almıyorlarsa tüketici haklarını aramalıdır.

Bilinçli tüketicilik eğitiminin öğrencilere katkılarını ortaya çıkarmak kapsamında görüşmelerin son bölümünde öğrencilere bir soru daha yöneltilmiştir.

"Bilinçli bir tüketici olarak yapacağın alışverişler konusunda farkındalık kazandığını düşünüyor musun? Nasıl?" sorusu ile öğrencilerin alışverişler konusunda nasıl bir farkındalığa ulaştıkları tespit edilmeye çalışılmıştır. Çalışmada yer alan bütün öğrenciler yapacakları alışverişler konusunda farkındalık kazandıklarını ifade etmişlerdir. Bu sonuçlar, eylem araştırmasında yapılan etkinliklerin öğrencilerin yapacakları alışverişler konusunda farkındalık oluşturmada katkı sağladığını göstermektedir. Farkındalık kazandığını düşünen öğrenciler gerekçelerini Tablo 20'deki gibi açıklamışlardır:

Tablo-20: Öğrenci Farkındalıklarına İlişkin Gerekçeler

Verilen cevaplar	f
Ürünlerin son kullanma tarihine dikkat etme	8
Uygun fiyatlı ürünleri tercih etme	6
Tasarruf etme	6
Alışveriş sonrası fiş, fatura veya garanti belgesi alma	5
Ürün özelliklerini inceleme	5
Tüketici haklarını bilme ve kullanma	5
İhtiyaçlara öncelik verme	4
Alışveriş listesi hazırlama	3
Yerli ürünleri tercih etme	1
Sağlıklı tüketim	1
İsraftan kaçınma	1
Kaliteli ürün tercih etme	1

Tablodaki sonuçlar, öğrencilerin özellikle ürünlerin son kullanma tarihine dikkat etme konusunda farkındalık kazandıklarını göstermektedir. Bunu bir örnekle açıklamak gerekirse, Ö10: "*Eskiden markete gittiğimde son kullanma tarihine bakmazdım ama şimdi bakıyorum. Artık daha çok dikkat ediyorum.*" demiştir. Bu durum, öğrencinin eylem araştırması neticesinde yapacağı alışverişler konusunda daha bilinçli hareket etmeye özen gösterdiğini ortaya koymaktadır. Diğer yandan öğrencilerin farkındalık kazandıklarını düşündükleri önemli bir husus da uygun fiyatlı ürünleri tercih etme konusunda olmuştur. Örneğin Ö1: "*Önceden fiyat araştırması yapmazdım. Şimdi ise fiyat araştırması yapıyorum.*" şeklinde düşüncesini belirtmiştir. Bu açıklamadan yola çıkarak öğrencilerin yapacakları alışverişler öncesinde fiyat araştırması yaparak aynı ürünün daha ucuz olanını tercih etmeye gayret ettikleri söylenebilir. Bunların yanı sıra tasarruf etme, alışveriş sonrası fiş,

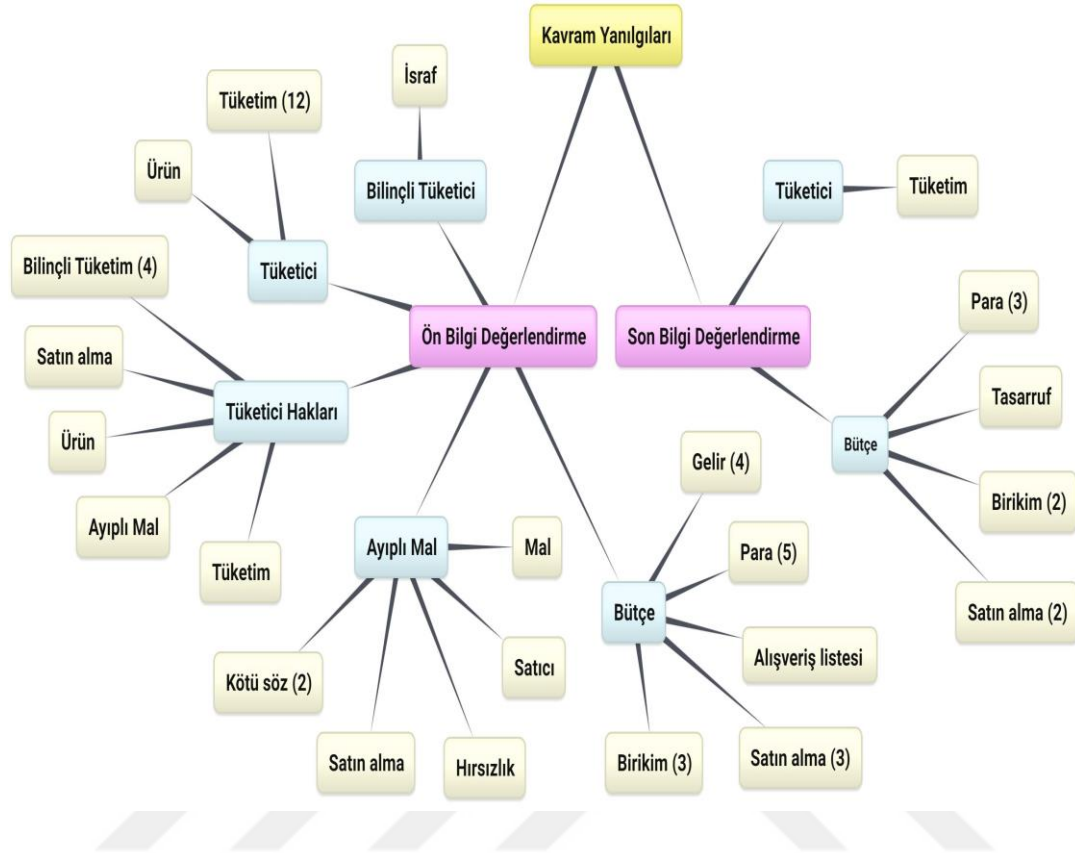
fatura veya garanti belgesi alma, tüketici haklarını bilme ve kullanma ve ürün özelliklerini inceleme gibi konularda da öğrenciler farkındalık kazandıklarını düşünmektedir.

Sonuç olarak bilinçli tüketicilik eğitiminin öğrencilerde bilinçli tüketicinin özelliklerini öğrenme ve tüketici hakları konusunda önemli katkılar sağlamıştır. Ayrıca ihtiyaç listesi hazırlamanın önemini anlama, bütçe hazırlamayı öğrenme, ihtiyaçlara öncelik vermenin önemini fark etme, fiş, fatura veya garanti belgesi almak gerektiğini kavrama, tasarruf yapmayı öğrenme ve israftan kaçınmanın önemini fark etme gibi konularda da eylem araştırması sürecinde verilen eğitimin olumlu katkılar sağladığını belirtmek mümkündür. Ayrıca yine öğrenci ifadelerinden yola çıkarak programda yer alan veya yer almayan tasarruf, sorumluluk, adalet, vatanseverlik, finansal okuryazarlık, araştırma ve karar verme gibi bazı değer ve becerilerin öğrencilere kazandırılmasında bilinçli tüketicilik eğitiminin katkıları olmuştur.

4.2. Geliştirilen Etkinlikler ve Uygulamalar, Öğrencilerin Bilinçli Tüketicilik İle İlgili Kavram Yanılgılarını Gidermede Etkili Olmuş mudur?

Bulguların bu bölümünde çalışmanın ikinci araştırma sorusuna cevap aranmıştır. Bu kapsamda bilinçli tüketicilik konuları kavramlarından ayıplı mal, tüketici, bilinçli tüketici, bütçe ve tüketici hakları kavramları ele alınmıştır. Her bir kavramla ilgili olarak öğrencilerin sahip oldukları mevcut bilgileri tespit etmek için ilk olarak Ön Bilgi Değerlendirme Formu uygulanmıştır. Yapılan eylem araştırmasının sonucunda öğrencilerin son durumlarını tespit amacıyla aynı form, son bilgi değerlendirmesi için kullanılmıştır. Her bir kavram ile bulgular, ayrı başlıklar altında verilmiştir. İlgili kavramlara ilişkin bulguların detaylarına yer vermeden önce ön bilgi ve son bilgi değerlendirme formlarında tespit edilen kavram yanılgılarına yer verilmiştir. Bu kavram yanılgıları, Şekil 3'te sunulmuştur:

Şekil-3: Kavram Yanılgıları



Ön bilgi değerlendirmede bütün kavramlarla ilgili kavram yanılgısı gerçekleşmiştir. En fazla kavram yanılgısı ise bütçe kavramında görülmüştür. Öte yandan ön bilgi değerlendirmesinde tüketici kavramı dışındaki bütün kavramlar satın alma kavramı ile karıştırılmıştır. Tüketici kavramının ise tüketim kavramı (12) ile yoğun bir şekilde karıştırılması dikkat çekicidir. Uygulama sonrası yapılan son bilgi değerlendirmede, tüketici ve bütçe kavramlarının kavram yanılgılarının devam ettiği tespit edilmiştir ancak bu iki kavramla ilgili toplam 29 olan kavram yanılgısı son bilgi değerlendirmede 9'a düşmüştür. Ayıplı mal, bilinçli tüketici ve tüketici hakları kavramları ile ilgili herhangi bir kavram yanılgısı olmamıştır. Bu bulgular, eylem araştırması etkinliklerinin öğrencilerin kavram yanılgılarını önemli oranda gidermesinde başarılı olduğunu göstermiştir. Kavram yanılgılarındaki değişimi gösteren örnekler, aşağıdaki Tablo 21'de sunulmuştur:

Tablo-21: Kavram Yanılgılarındaki Değişimler

Kod	Kavram	Ön bilgi durumu	Son bilgi durumu	Ön bilgi alıntıları	Son bilgi alıntıları
Ö3	Ayıplı mal	Satıcı	Ayıplı mal	Bozuk olan malları satan kişiye ayıplı mal denir.	Aldığımız şey bozuk olursa, açık olursa ona ayıplı mal denir.
Ö11	Bütçe	Birikim	Bütçe	İnsanların ayda kazandığı paranın bir kısmını ayırmasına bütçe denir.	İnsanların ihtiyaçlarını karşılaması için ayarladıkları para miktarı ve giderler.
Ö4	Bütçe	Satın alma	Satın alma	Bir insanın parası kadar harcama yapması.	Bir aileye gelen paranın uygun olarak harcanmasına bütçe denir.
Ö12	Tüketici	Tüketim	Tüketici	Bizlerin bakkallardan veya marketlerden aldığımız yiyecek, içecekleri yemeye denir.	Aldığımız malları yiyip, içen kişi.
Ö15	Tüketici Hakları	Ayıplı mal	Tüketici hakları	Bir yiyeceği ya da eşyayı hile ile kırıp bozan hileli mallar.	Birinin aldığı malın bozuk ya da kaliteli diye aldığı şey kötü ise geri iade etmesi için ya da hakkını savunmasını sağlayan haklar.

Tablo 21'de yer verilen örnekler, öğrencilerin kendisine verilen eğitim sonrasında kavramları daha doğru şekilde açıkladıklarını ve bu doğrultuda kavram yanılgılarının da azaldığını göstermektedir.

Kavram yanılgılarıyla ilgili genel durumu yansıttıktan sonra bu yanılgılara ilişkin ön bilgi ve son bilgi değerlendirme uygulamalarında yaşanan değişimler sunulmuştur. Bu kapsamda ön bilgi ve son bilgi değerlendirme formundaki kavramlara ilişkin öğrencilerin yaptığı açıklamaları ve tanımlamaları değerlendirmek

için "tam", "eksik" ve "yanlış" olmak üzere üç ölçüt belirlenmiştir. Öğrencilerin kavramlarla ilgili yaptığı açıklamalar ve tanımlar, Milli Eğitim Bakanlığı tarafından okutulan 5. sınıf sosyal bilgiler ders kitabındaki tanımlarla (Şahin, 2018) karşılaştırılmıştır. Oluşturulan ölçütlere göre ortaya çıkarılan bulgular, frekans değerleriyle ayrı başlıklar altında ifade edilmiştir. Belirlenen ölçütlerin açıklamaları, Tablo 22'de verilmiştir:

Tablo-22: Kavram Değerlendirmesinde Kullanılan Ölçütler

Ölçütler	Açıklama
Tam	Bilgiyi doğru ve tam olarak açıklama.
Eksik	Yalnızca özel örnek(ler) kullanımı ve tanımlamayı eksik yapma.
Yanlış	Tanımı doğru yapamama veya açıklayamama.

4.2.1. Ayıplı Mal Kavramının Açıklanmasına İlişkin Bulgular

Ayıplı mal kavramını öğrencilerin nasıl açıkladıklarını belirlemek için ön bilgi ve son bilgi değerlendirme formlarının ilk bölümünde, onlara ilgili kavramın tanımı sorulmuştur. Ayıplı mal kavramının açıklanmasına ilişkin elde edilen bulgular, Tablo 23'te sunulmuştur:

Tablo-23: Ayıplı Mal Kavramına İlişkin Bulgular

Uygulama	Tam (f)	Eksik (f)	Yanlış (f)
Ön bilgi değerlendirme	10	2	11
Son bilgi değerlendirme	23	-	-

Tablo 23, çalışmaya katılan öğrencilerin ön bilgi değerlendirme aşamasında ayıplı mal kavramı hakkında 10 tam, 2 eksik ve 11 yanlış bilgiye sahip olduklarını göstermektedir. Buna karşın son bilgi değerlendirmede ise öğrencilerin kavram yanlışları tamamen giderilmiştir. Bu bölümde öğrencilerin tamamının ayıplı mal kavramını doğru bir şekilde açıklaması, öğrencilere verilen eğitimin kavramların öğrenilmesindeki olumlu katkısını açıkça göstermektedir. Bu olumlu katkıyı daha iyi açıklamak adına öğrencilerin ön bilgi ve son bilgi değerlendirme formunda vermiş olduğu cevaplara ait alıntılardan örneklerin verilmesi faydalı olacaktır. Bu bağlamda

ayıplı mal kavramıyla ilgili öğrencilerin cevaplarındaki değişimleri ifade eden bazı alıntılar, Tablo 24’te verilmiştir:

Tablo-24: Ayıplı Mal Kavramıyla İlgili Öğrenci Cevaplarındaki Değişimler

Kod	Ön bilgi durumu	Son bilgi durumu	Ön bilgi alıntıları	Son bilgi alıntıları
Ö13	Yanlış	Tam	O insana ait olmayan yani haram olan mal.	Bir malın ambalajında, etiketinde sorun olması veya üründe yazılı olan özelliklerin malın kendisinde bulunmaması.
Ö1	Tam	Tam	Üretici tarafından hatalı olan mallara ayıplı mal adı verilir. Örneğin bir kıyafet aldınız ve eve geldiğinizde sökülük olduğunu gördünüz. İşte bu ayıplı maldır.	Satıcının ürününde vaat edilen özelliklerin olmaması, Üründe eksiklik olması, ürünün ambalajının açık olmasına ayıplı mal denir.
Ö5	Eksik	Tam	Bir malın hemen bozulması ayıplı mal olur.	Bir malı alıyorsun ve almış olduğun mal bozuk çıkıyor. Buna ayıplı mal denir.

Bulgular, öğrencilerin tamamının ayıplı mal kavramını doğru bir şekilde açıkladığını göstermektedir. Bu olumlu değişimin ortaya çıkmasında yapılan etkinliklerin değerli katkıları olmuştur. Ayıplı mal ve diğer bilinçli tüketicilik kavramlarının öğretimi adına yapılan etkinliklerden biri “Bilinçli Tüketicilik Kavram Bulmacası (Kavram Bulma)” olmuştur. Bilinçli tüketicilikle ilgili kavramların bulmacanın içine gizlendiği bu etkinlikte, öğrencilerin gizlenen kavramları bulması ve tanıması hedeflenmiştir. Aşağıda etkinliğin bir örneği yer almaktadır:

Fotoğraf-10: Kavram Bulma Etkinliği Örneği

S	A	M	B	A	L	A	J	L	I	Ü	R	Ü	N	A	T
O	F	G	A	L	T	S	V	E	R	I	S	Z	Ü	H	Ü
N	F	E	G	H	D	Ü	I	D	Ş	N	A	T	O	K	K
K	P	D	E	B	Ü	T	Ç	E	A	Ö	Ş	Ü	P	F	E
U	A	I	H	Ö	L	S	J	K	L	R	Ğ	K	Ö	İ	T
L	Y	L	A	İ	T	A	K	S	I	T	Y	E	M	Y	İ
L	I	E	P	F	G	Ş	Z	I	G	A	Ç	T	İ	A	C
A	P	K	T	I	S	T	E	K	R	B	K	T	A	T	İ
N	L	Ç	J	A	E	B	R	F	İ	Ş	O	C	D	E	H
M	I	E	Z	C	O	Ü	L	Ş	R	C	J	T	E	T	A
A	M	Ğ	B	I	H	T	İ	Y	A	Ç	K	C	Z	İ	K
T	A	Ü	R	T	Ö	S	İ	P	A	R	İ	Ş	A	K	E
A	L	E	T	S	E	D	A	M	G	A	S	I	Ğ	E	M
R	B	O	J	B	O	V	Y	J	E	F	Y	P	J	T	H
İ	Ğ	C	A	Y	M	A	H	A	K	K	I	L	V	İ	E
H	E	K	L	E	P	E	K	E	F	İ	M	İ	B	F	Y
İ	F	S	A	Ğ	L	İ	K	L	İ	G	İ	D	A	K	E
R	T	B	J	İ	K	A	L	İ	T	E	Y	E	K	V	T
T	Ü	K	E	T	İ	C	İ	H	A	K	L	A	R	İ	İ
Y	V	İ	M	A	L	Ç	R	V	B	S	A	T	İ	C	İ
E	P	Ö	B	E	A	L	F	A	T	U	R	A	P	K	P
G	A	R	A	N	T	İ	B	E	L	G	E	S	İ	Ş	V

Bulmacada Kullanılacak Kavramlar

SON KULLANMA TARİHİ	TÜKETİCİ	TSE DAMGASI	DİLEKÇE
AMBALAJLI ÜRÜN	İHTİYAÇ	FATURA	KALİTE
TÜKETİCİ HAKLARI	İSTEK	FİŞ	TAKSİT
GARANTİ BELGESİ	BÜTÇE	MAL	İADE
TÜKETİCİ HAKEM HEYETİ	AYIPLI MAL	SAĞLIKLI GIDA	SİPARİŞ
FİYAT ETİKETİ	CAYMA HAKKI	ALİŞVERİŞ	SATICI

Etkinlik örneğinde de görüldüğü üzere gerek diğer bilinçli tüketicilik kavramları gerekse ayıplı mal kavramının tanınması adına bu etkinliğin faydaları olmuştur. Ayıplı mal kavramının öğrenilmesi amacıyla yapılan diğer bir etkinlik, "Ayıplı Mal Karikatürü Yorumlama"dır. Tüketici sorunlarından biri olan ayıplı mal kavramıyla ilgili bir karikatürün verildiği bu etkinlikte, öğrencilerin ayıplı mal kavramını açıklaması ve yorumlaması hedeflenmiştir. Video kayıtlarında ve öğretmen gözlemlerinde, öğrencilerin çoğunluğunun karikatürde verilen tüketici sorununu (ayıplı mal satın alınması durumu) doğru açıkladıkları tespit edilmiştir. Öğrencilerin karikatürde yer alan tüketici sorunuyla ilgili yapmış oldukları değerlendirmelerde ise özellikle tüketici haklarının kullanımı üzerinde durdukları görülmüştür. Öğrenciler, ayıplı mal satın alınmasından kaynaklanan bu sorunun çözümünde, yasal mercilere şikâyet edilmesinin gerektiğini ifade etmişlerdir. Örneğin; Ö1, sorunun çözümü için önerisini şu şekilde anlatmıştır:

"Bu karikatürde tüketici, hakkını aramalıdır. Alo 175 Tüketici Danışma Hattı'nı arayıp hakkını savunmalıdır. Fiş veya faturası ile Tüketici Hakem Heyeti'ne dilekçe yazmalıdır. Adam 14 gün içinde ürünü iade edebilir. Satıcıyı şikâyet edebilir. Adam bilinçli bir tüketiciyse bunları yapmak hem hakkı hem de sorumluluğudur."

Öğrencinin yapmış olduğu açıklamalar, tüketicilerin haklarını araması gerektiğini ve farklı hak arama yollarının olduğunu göstermektedir. Diğer öğrencilerin bu tüketici sorunun çözümüne yönelik yapmış olduğu açıklamalardan örnekler, aşağıdaki tabloda yer almaktadır:

Tablo-25: Karikatür Yorumlamalarından Örnekler

Karikatür	Öğrenci	Alıntı
	Ö18	Ben olsam ilk önce Alo 174 Tüketici Danışma Hattı'nı arardım. Ne yapmam gerektiğini sorardım. Dilekçe yazarak hakkımı savunabilir ve mahkemeye başvuru yapabilirim. Tabi ki bunları yapabilmek, hakkımı savunabilmek için bizim de sorumluluklarımız var. Mesela bunlar: ürünün garanti belgesi, fişi ve faturası gibi belgeleri istememiz ve ayrıca haklarımızı savunabilmek için de iade ve cayma hakkını kullanabilmek için zaman dilimine dikkat etmemiz ve ürüne zarar vermememiz gerekir.
	Ö6	İlk önce ürünün fiş, fatura veya garanti belgesinin olup olmadığını bilmeliyiz. Eğer varsa 175 Tüketici Danışma Hattı'nı aramalıyız. Sonra dilekçe yazarak Tüketici Hakem Heyeti'ne başvurmalı ve hakkını aramalı.

Karikatürdeki öğrencilerin cevapları, etkinliğin özellikle ayıplı mal satın alınması durumunda tüketici haklarının etkin kullanılmasının önemini ortaya koyma açısından katkıları olduğunu göstermektedir.

Ayıplı mal kavramının doğru bir şekilde öğrenilmesinde katkılar sağlayan diğer bir etkinlik, “Bilinçli Tüketici Kavramları (Anagram Bulmaca)” olmuştur. Bu etkinlikte, bazı bilinçli tüketici kavramlarının tanımlamaları yapılmıştır. Bu kavramlar arasında ayıplı mal kavramı da yer almaktadır. Öğrenciler, kendilerine karışık olarak verilen bu kavramları uygun şekilde düzenlemiştir. Aşağıda etkinliğin bir örneği yer almaktadır:

Fotoğraf-11: Ayıplı Mal Anagram Bulmaca Örneği

1 Ayıplı..... Mal.. IYLAPI LMA	2 ..Tüketici..... Haklar..... CETİKÜİT IHLAKAR	3 147 ADGI AHTIT 147 ADGI AHTIT
4 ..Bütçe..... TEBÜÇ	5 ..Satıcı..... ITACSI	6 ..Fiş..... ŞFİ
7 Mesafeli..... Satış..... EFELAMSİ AŞSIT	8 Bilinçli..... Tüketici.. LİNİLBCİ İKECTÜTİ	9 ..TSE..... ..Demopsı..... STE GASDMIA

Aşağıda yer alan ifadeleri okuyarak yukarıdaki anagram bulmacayı doldurunuz.

Kavram Numaraları	Açıklamalar
1	Ambalajında, etiketinde veya kullanma kılavuzunda yer alan veya satıcı tarafından vaat edilen özelliklere aykırı olan, eksiklik içeren mal.

Bu bilgilerden hareketle eylem araştırması sürecinde yapılan etkinliklerin ayıplı mal kavramının doğru şekilde açıklanmasında katkı sağladığını belirtmek mümkündür.

4.2.2. Tüketici Kavramının Açıklanmasına İlişkin Bulgular

Tüketici kavramını öğrencilerin nasıl açıkladıklarını belirlemek için ön bilgi ve son bilgi değerlendirme formlarının ilk bölümünde onlara ilgili kavramın tanımı sorulmuştur. Tüketici kavramının açıklanmasına ilişkin elde edilen bulgular, aşağıdaki Tablo 26’da sunulmuştur:

Tablo-26: Tüketici Kavramına İlişkin Bulgular

Uygulama	Tam (f)	Eksik (f)	Yanlış (f)
Ön bilgi değerlendirme	5	-	18
Son bilgi değerlendirme	21	-	2

Tüketici kavramıyla ilgili öğrencilerin ön bilgi değerlendirmesinde 5 tam ve 18 yanlış bilgiye; son bilgi değerlendirmesinde 21 tam ve 2 yanlış bilgiye sahip oldukları tespit edilmiştir. Öğrencilerin çoğu bu kavramla ilgili kavram yanlışlığı yaşamıştır. Özellikle tüketim kavramı ile yaşanan kavram yanlışları büyük ölçüde giderilmiştir. Eylem araştırması sürecinde tüketici kavramıyla ilgili öğrencilerin cevaplarındaki değişimler, aşağıdaki Tablo 27’de verilmiştir:

Tablo-27: Tüketici Kavramıyla İlgili Öğrenci Cevaplarındaki Değişimler

Kod	Ön bilgi durumu	Son bilgi durumu	Ön bilgi alıntıları	Son bilgi alıntıları
Ö17	Yanlış	Tam	Üretilen yiyecekleri, içecekleri, kıyafetleri tüketmek.	Aldığı ürünleri yiyip içen, kullanan kişi.
Ö15	Tam	Tam	Bir şeyi kullanan kimse.	Bir şeyi satın alıp kullanan, mesela yiyen, içen kişi.
Ö4	Yanlış	Yanlış	Üretilen ürünün kişiler tarafından yenilmesi ya da tüketilmesi.	Alınan malı tüketmek yani yemek veya kullanmak.

Tüketici kavramı ile ilgili son bilgi değerlendirme sonuçları, öğrencilerin çoğunluğunun bu kavramı doğru olarak açıkladığını göstermektedir. Uygulayıcı öğretmen tarafından yapılan gözlemlerde öğrencilerin aslında tüketici kavramını bildikleri; ancak bilinçli tüketici kavramı, ön bilgi değerlendirmesinde sorulduğu için iki kavramı nasıl açıklayacakları konusunda bir karmaşa yaşadıkları düşünülmüştür. Bu durumu kontrol etmek amacıyla boşluk doldurma bölümdeki tüketici kavramının sorulduğu sonuçlara bakılmıştır. Bu sonuçlarda ön bilgi değerlendirmesinde 20 öğrencinin; son bilgi değerlendirmesinde ise öğrencilerin tamamının doğru bir

şekilde tüketici kavramını eşleştirdikleri görülmüştür. Özellikle ön bilgi değerlendirme sonuçlarında bu iki bölüm arasındaki farklı sonuçlar üzerine uygulamaya başlamadan önce öğrencilerden, tüketim ve tüketici kavramları ile ilgili örnekler vermeleri istenmiştir. Öğrencilerin doğru örnekleri ifade etmeleri, etkinliklerin planlanması sürecinde tüketici kavramından daha çok bilinçli tüketici kavramı üzerinde durulmasını sağlamıştır. Etkinliklerde bilinçli tüketici kavramına yoğun bir şekilde yer verilmekle birlikte ders kitabındaki metinler okunarak ve uygulayıcı öğretmen tarafından gerekli açıklamalar yapılarak tüketici kavramı üzerinde de durulmuştur.

4.2.3. Bilinçli Tüketici Kavramının Açıklanmasına İlişkin Bulgular

Bilinçli tüketici kavramını öğrencilerin nasıl açıkladıklarını belirlemek için ön bilgi ve son bilgi değerlendirme formlarının ilk bölümünde ilgili kavramın tanımı sorulmuştur. Bilinçli tüketici kavramının açıklanmasına ilişkin elde edilen bulgular, aşağıdaki Tablo 28’de sunulmuştur:

Tablo-28: Bilinçli Tüketici Kavramına İlişkin Bulgular

Uygulama	Tam (f)	Eksik (f)	Yanlış (f)
Ön bilgi değerlendirme	17	4	2
Son bilgi değerlendirme	23	-	-

Tablo 28'deki bulgular, öğrencilerin bilinçli tüketici kavramını diğer kavramlara göre daha iyi bildiğini ve tanımlayabildiğini göstermektedir. Bununla birlikte ön bilgi değerlendirmede 4 eksik ve 2 yanlış bilgiye sahip öğrencilerin bulunduğu tespit edilmiştir. Ancak yanlış bilgiye sahip olan bu öğrencilerin kavram yanlışları da yapılan etkinliklerin ardından giderilmiştir. Eylem araştırması sürecinde bilinçli tüketici kavramıyla ilgili öğrencilerin cevaplarındaki değişimler, aşağıdaki Tablo 29’da verilmiştir:

Tablo-29: Bilinçli Tüketici Kavramıyla İlgili Öğrenci Cevaplarındaki Değişimler

Kod	Ön bilgi durumu	Son bilgi durumu	Ön bilgi alıntıları	Son bilgi alıntıları
Ö20	Yanlış	Tam	Bir kimseden aldığı zaman onun parasını boşuna harcayıp onu bilinçli kullanmış olur.	Parasını yeteri kadar harcayan kimse. Mesela babamız bir bilinçli tüketicidir. Çünkü parasını ihtiyacına göre harcar babam.
Ö2	Tam	Tam	Bir malı alırken garanti belgesine, TSE damgasına, aldığı malın düzenine vb. şeylere bakan kişilere bilinçli tüketici denir.	Hizmetlerden yararlanan, tüketici haklarına uygun hareket eden kişiye bilinçli tüketici denir.
Ö9	Eksik	Tam	Gereğinden fazla almamak, gereğince almak.	Haklarını bilen, ihtiyaç listesi hazırlayan, TSE damgasına bakan, son kullanma tarihine bakan kişi.

Bu bulgular, bilinçli tüketicilik kavramının öğrenciler tarafından diğer kavramlara göre iyi bilindiğini göstermektedir. Bu durumun ortaya çıkmasında, öğrencilerin bilinçli tüketicinin temel özellikleriyle ilgili gündelik hayatta bilgi sahibi olması ve bazı bilinçli tüketici davranışlarında bulunmaları etkili olmuştur. Ayrıca eylem araştırması sürecinde yapılan bütün etkinliklerin hazırlanmasında, bilinçli tüketici kavramının ve bilinçli tüketicinin özelliklerinin kaynak teşkil ettiği düşünülürse, bu kavramın öğrenilmesinde etkinliklerin önemli desteği olmuştur. Bu desteği “Bilinçli Tüketicilik Kavramları (Anagram Bulmaca)” etkinliği üzerinden açıklamak mümkündür. Bu etkinlikte, bazı bilinçli tüketicilik kavramlarının tanımlamaları yapılmıştır. Bu kavramlar arasında bilinçli tüketici kavramı da yer almaktadır. Öğrenciler, kendilerine karışık olarak verilen bu kavramları uygun şekilde düzenlemişlerdir. Aşağıda etkinliğin bir örneği yer almaktadır:

Fotoğraf-12: Bilinçli Tüketici Anagram Bulmaca Örneği

1 ..Ayıplı..... Mal.. IYLAPI LMA	2 ..Tüketici..... Haklar..... CETİKÜİT IHLAKAR	3 174 ..Gıda... ..Hattı... 147 ADGI AHTIT
4 ..Bütçe..... TEBÜÇ	5 ..Satıcı..... ITACSI	6 ..Fiş..... ŞFİ
7 ..Mesafeli..... Satış..... EFELAMSI AŞSIT	8 ..Bilinçli..... Tüketici'.. LİNİLBÇİ İKECTÜTİ	9 ..TSE..... ..Damgası... STE GASDMIA

Aşağıda yer alan ifadeleri okuyarak yukarıdaki anagram bulmacayı doldurunuz.

Kavram Numaraları	Açıklamalar
8	Herhangi bir malı satın alarak kullanan, para karşılığı hizmetlerden yararlanan ve sahip olduğu tüketici haklarına uygun hareket eden kişi.

Genel olarak bu etkinlik, öğrencilerin bilinçli tüketici kavramı ve diğer kavramların açıklamalarını öğrenmeleri açısından oldukça faydalıdır. Bununla birlikte bilinçli tüketici kavramının açıklanmasında katkı sağlayan ikinci etkinlik "Bilinçli Tüketici Zihin Haritası" olmuştur. Bilinçli tüketici kavramının öğrencilerin zihinlerinde canlandırıldığı, diğer kavram ve durumlarla ilişkilendirildiği bu etkinlikte, dikkat çeken önemli noktalardan biri zihin haritası oluşturma konusunda öğrencilerin zorlanmaları olmuştur. Video kayıtlarında, öğrencilerin öğretmenlerine zihin haritası etkinliğinin nasıl yapılacağı ile sorular sorduğu göze çarpmaktadır. Öğretmenin, etkinliğin nasıl yapılacağı ile ilgili farklı kavramlar kullanarak örnekler vermesinin ardından öğrencilerin etkinliği daha iyi cevaplamaya başladıkları görülmüştür. Öğrencilerin yapmış oldukları zihin haritası çalışmaları incelendiğinde, bilinçli tüketici kavramının en çok gıda, birikim, israf, giyim, cayma hakkı, iade, alışveriş, son kullanma tarihi, bütçe, geri dönüşüm, ihtiyaç, fiyat araştırması, fiş ve fatura gibi kavram veya kelimelerle bağlantı kurulduğu tespit edilmiştir. Aşağıda etkinliğin bir örneği yer almaktadır:

Fotoğraf-13: Zihin Haritası Örneği



Öğrencilerin zihin haritasını, temel ekonomi kavramlarını kullanarak veya bilinçli tüketicinin özelliklerinden yararlanarak açıklamaya çalışması etkinliğin temel faydası olarak ortaya çıkmaktadır. Genel olarak bu etkinliğin bilinçli tüketici kavramının daha etkili öğrenilmesi açısından katkıları olmuştur. Ancak bazı öğrencilerin, zihin haritası oluştururken yazmış oldukları kavramların, ilişki ağlarını daha ayrıntılı ve düzenli bir şekilde genişletmekte zorlandıklarını söylemek mümkündür.

4.2.4. Bütçe Kavramının Açıklanmasına İlişkin Bulgular

Bütçe kavramını öğrencilerin nasıl açıkladıklarını belirlemek için ön bilgi ve son bilgi değerlendirme formlarının ilk bölümünde onlara ilgili kavramın tanımını sorulmuştur. Bütçe kavramının açıklanmasına ilişkin elde edilen bulgular, Tablo 30'da sunulmuştur:

Tablo-30: Bütçe Kavramına İlişkin Bulgular

Uygulama	Tam (f)	Eksik (f)	Yanlış (f)
Ön bilgi değerlendirme	2	-	21
Son bilgi değerlendirme	14	-	9

Tablo 30'da görüldüğü gibi her iki uygulamada da öğrencilerin açıklamakta en çok zorlandığı kavram, bütçe olmuştur. Ön bilgi değerlendirmesinde öğrencilerin tamamına yakını kavramı yanlış tanımlamışlardır. Son bilgi değerlendirmesinde görüldüğü üzere öğrencilerin bilgileri ve tanımlarında pozitif değişim yaşanmıştır. Ancak bütçe kavramıyla ilgili kavram yanlışlarının tamamen giderilmediği ve yanlış açıklamaların devam ettiği de tespit edilmiştir. Bu durumun ortaya çıkmasında gündelik hayatta bütçeye uygun hareket etmeyle para ve gelir kavramlarının yoğun bir şekilde ilişkilendirilmesi gerekçe olarak gösterilebilir.

Eylem araştırması sürecinde bütçe kavramıyla ilgili öğrencilerin cevaplarındaki değişimler, Tablo 31'de verilmiştir:

Tablo-31: Bütçe Kavramıyla İlgili Öğrenci Cevaplarındaki Değişimler

Kod	Ön bilgi durumu	Son bilgi durumu	Ön bilgi alıntıları	Son bilgi alıntıları
Ö13	Yanlış	Tam	Bir yere gitmeden önce hazırlanan liste. Alışveriş listesi.	Gelir veya giderleri gösteren çizelge.
Ö1	Tam	Tam	Bir evin veya bir kurumun gelir giderlerini hesaplamak için hazırladıkları kağıda bütçe denir.	Gelir gider çizelgesi. Hesaplamalar yapılan kağıt.
Ö6	Yanlış	Yanlış	Günde, ayda, yılda gerektirdiği kadar para harcamaya bütçe denir.	Gerektiği kadar harcama yapmaya bütçe denir.

Bütçe kavramındaki pozitif değişimde yapılan bazı etkinliklerin faydaları olmuştur. Örneğin; “Aile Bütçesi Hazırlama” etkinliğinde bütçe kavramı üzerinde durulmuştur. Bu etkinlikte, öğrencilerden evde aileleriyle birlikte aylık bir bütçe hazırlamaları istenmiştir. Etkinlik kâğıdını dağıtmadan önce öğrencilere bütçe kavramıyla ilgili bazı bilgiler verilmiştir. Bu bilgilerde bütçenin ailemizin gelir ve giderlerini gösteren bir liste olduğu ifade edilerek, bütçenin nasıl planlanacağı ve paranın nasıl kullanılabileceği anlatılmıştır. Bununla birlikte her ailenin gelirine göre hazırlayacağı bir bütçesinin olması gerektiği ve aile bütçesini hazırlarken de gelir ve giderlerin denk olmasına dikkat edilmesi gerektiği ifade edilmiştir. Ayrıca özellikle

bütçenin giderler bölümünde ev kirası, yakıt, elektrik, su gibi temel ihtiyaçlarımıza öncelik verilmesinin önemi öğrencilere anlatılmıştır. Öğrencilere gerekli açıklamaların yapılmasının ardından etkinlik kâğıdı öğrencilere dağıtılmış ve aileleriyle beraber bir aile bütçesi hazırlamaları istenmiştir.

Öğrencilerin aileleriyle hazırlamış oldukları bütçenin sınıf ortamında değerlendirmesi aşamasında; öğrencilerin bütçenin giderler kısmını oluştururken gıda ürünleri, kırtasiye malzemeleri, temizlik ürünleri, giyim, yakıt, eğlence, beyaz eşya, bebek ürünleri, aidatlar, ev kirası, taksitler, faturalar gibi harcamalara yer verdiği görülmüştür. Gelir kısmında ise maaş ve kira vb. gelirleri ifade etmişlerdir. Aşağıda etkinliğin bir örneği yer almaktadır:

Fotoğraf-14: Aile Bütçesi Hazırlama Etkinliği Örneği

AİLE BÜTÇENİZ		
Aylık Gelirlerin Toplamı: 2000 TL		
Sıra	Ailenin İstek ve İhtiyaçları	Aylık Toplam Gider
1	Gıda	400
2	Kira	0
3	Okul harcı	25
4	Yakıt	200
5	Elektrik	80
6	Su	50
7	Giyim	200
8	Telefon	60
9	Ulaşım	150
10	Sağlık	100
11	Taksit	200
12	Eğlence	150
13	Eğitim	100
14	İnternet	50
15	Tatil	100
16		
17		
18		
19		
20		
21		
TOPLAM:		1865 TL

Sonuç olarak bu etkinliğin, bütçe kavramının öğrenilmesinin yanı sıra bütçe hazırlamanın ailenin ve bireylerin ekonomik yaşantıları üzerindeki önemini kavrama ve bütçe hazırlama alışkanlığının küçük yaşlarda kazandırılması açısından faydaları olmuştur.

4.2.5. Tüketici Hakları Kavramının Açıklanmasına İlişkin Bulgular

Tüketici hakları kavramını öğrencilerin nasıl açıkladıklarını belirlemek için ön bilgi ve son bilgi değerlendirme formlarının ilk bölümünde onlara ilgili kavramın tanımını sorulmuştur. Tüketici hakları kavramının açıklanmasına ilişkin elde edilen bulgular, aşağıdaki Tablo 32’de sunulmuştur:

Tablo-32: Tüketici Hakları Kavramına İlişkin Bulgular

Uygulama	Tam (f)	Eksik (f)	Yanlış (f)
Ön bilgi değerlendirme	9	3	11
Son bilgi değerlendirme	14	9	-

Tablo 32’de görüldüğü gibi, çalışmaya katılan öğrencilerin ön bilgi değerlendirme aşamasında tüketici hakları kavramı hakkında 9 tam, 3 eksik ve 11 yanlış bilgiye sahip oldukları görülmektedir. Buna karşın son bilgi değerlendirme aşamasında öğrencilerin aynı kavramla ilgili 14 tam ve 9 eksik bilgiye sahip oldukları tespit edilmiştir. Ancak bazı öğrencilerin uygulama öncesi ve sonrası bilgilerinde herhangi bir farklılık yaşanmamıştır.

Eylem araştırması sürecinde tüketici hakları kavramıyla ilgili öğrencilerin cevaplarındaki değişimler, aşağıdaki Tablo 33’te verilmiştir:

Tablo-33: Tüketici Hakları Kavramıyla İlgili Öğrenci Cevaplarındaki Değişimler

Kod	Ön bilgi durumu	Son bilgi durumu	Ön bilgi alıntıları	Son bilgi alıntıları
Ö15	Yanlış	Tam	Bir yiyeceği ya da eşyayı hile ile kırıp bozan hileli mallar.	Birinin aldığı malın bozuk ya da kaliteli diye aldığı şey kötü ise geri iade etmesi için ya da hakkını savunmasını sağlayan haklar.

Ö18	Tam	Tam	Tüketim yapan kişinin aldığı, kullandığı mallar ve ürünlerle alakalı sahip olduğu haklar.	Tüketicinin tüketirken yasal olarak sahip olduğu haklara tüketici hakları denir.
Ö22	Eksik	Eksik	Bir ürünü beğenmeyip de geri iade edersek tüketici haklarını korumuş oluruz.	ALO 175 Tüketici danışma hattını arama.
Ö17	Yanlış	Eksik	Faturasız bir şeyler almamak, fazla almamak.	Mal bozuksa iade etme.

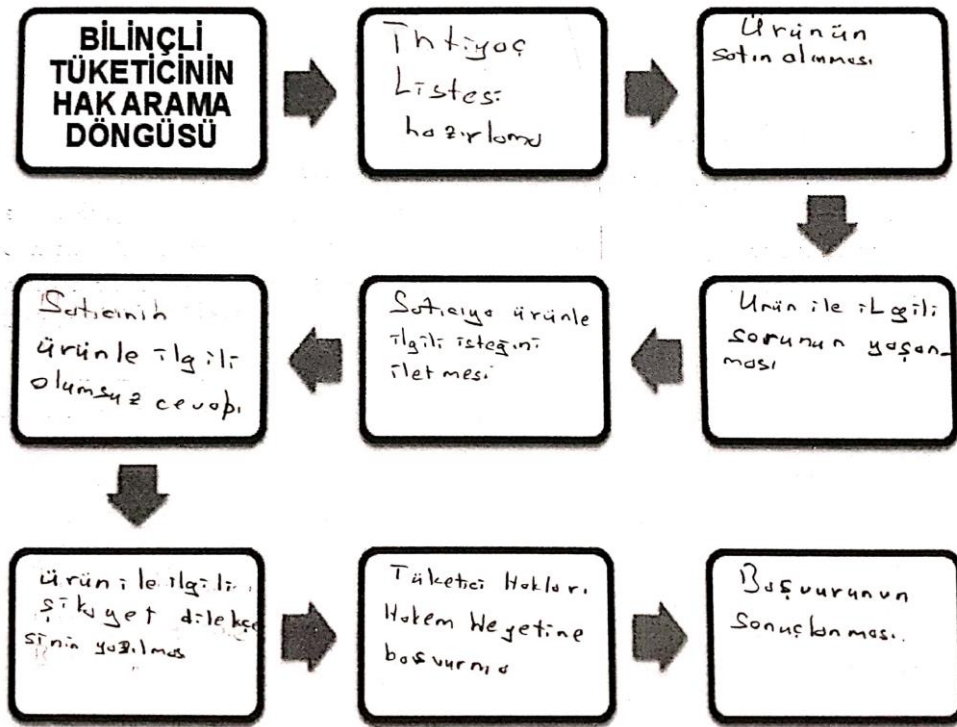
Görüldüğü üzere öğrencilerin tüketici hakları kavramı ile ilgili açıklamalarında pozitif bir değişim olmuştur. Ancak kavramın açıklanmasında bazı öğrencilerin sadece örnekler kullanması, eksik bilgi sayısının artmasında etkili olmuştur. Tüketici hakları kavramının öğrenilmesi amacıyla bazı etkinlikler yapılmıştır. Bu kapsamda yapılan etkinliklerden ilki "Drama Çalışması" olmuştur. Bu etkinlikte öğrenciler, tüketici sorunları ve tüketici hakları konusunda drama çalışması yapmışlardır. Öğrencilerin kendi drama ekiplerini kurmuş oldukları bu etkinliğe, sınıfın etkin bir şekilde katılımı olmuştur. Özellikle tüketici sorunları ve çözüm yollarının anlatıldığı bu drama çalışmalarında, öğrencilerin alıcı, satıcı ve sorun çözümü için başvurulan yetkili mercideki görevliyi rol oynama tekniğiyle başarılı bir şekilde canlandırmaya gayret ettikleri görülmüştür. Bununla birlikte öğretmen gözlemlerinde, drama konularının oluşturulmasında öğrencilerin kendisinin veya yakın çevresinin başından geçen olayların kaynak teşkil etmesi de çalışmada göze çarpan başka bir durum olmuştur. Arkadaşlarını dikkatle izleyen diğer öğrencilerin ise drama çalışmasının bitiminde tüketici haklarının etkin ve doğru kullanımına yönelik fikirlerini aktarması, tüketici haklarının önemini öğrenilmesi açısından faydalı olmuştur.

Sonuç olarak öğrencilerin tamamının gerek izleyici gerekse drama ekibinin üyesi olarak drama çalışmasına aktif bir katılım göstermesi, tüketici haklarının önemini kavrama ve tüketici haklarını etkin bir şekilde kullanmaya yönelik tecrübeler kazandırma açısından faydalı olmuştur. Tüketici hakları kavramının açıklanmasında katkılar sağlayan bir diğer etkinlik ise "Bilinçli Tüketicinin Hak Arama Döngüsü" etkinliğidir. Bu etkinlikte, bilinçli tüketicinin özelliklerini de

dikkate alarak örnek bir hak arama döngüsü hazırlanmıştır. Video kayıtlarında öğrencilerin çoğunluğunun bilinçli tüketicinin hak arama yollarını doğru ifade ettikleri görülmüştür. İhtiyaç listesi hazırlama, ürünün satın alınması, ürünle ilgili sorunun yaşanması, satıcıya ürünle ilgili isteğin iletilmesi, satıcının olumsuz cevabı, ürünle ilgili şikayet dilekçesi yazma, Tüketici Hakem Heyeti'ne başvurma ve başvurunun sonuçlanması şeklinde oluşturulan bu döngünün öğrenciler tarafından da doğru bir şekilde sıralandığı görülmüştür. Aşağıda etkinliğin bir örneği yer almaktadır:

Fotoğraf-15: Hak Arama Döngüsü Örneği

Siz de bilinçli bir tüketicinin özelliklerini dikkate alarak aşağıda yer alan kutucukların içine örnek bir hak arama döngüsü oluşturunuz.



Tüketici haklarının etkin bir şekilde kullanılması açısından bu etkinliğin faydalı olduğunu söylemek mümkündür.

Bu bölümdeki bulgular, yapılan eylem araştırması etkinliklerinin öğrencilerin ayıplı mal, tüketici, bilinçli tüketici, bütçe ve tüketici hakları kavramlarını doğru bir şekilde öğrenmelerinde katkı sağladığını göstermektedir.

BÖLÜM V

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Bu bölümde 2 araştırma sorusu ile ilgili sonuçlara, tartışmaya ve önerilere yer verilmiştir.

5.1. Sonuçlar

Araştırmada, 5. sınıf sosyal bilgiler öğretimi bağlamında bilinçli tüketicilik eğitimine yönelik öğretim etkinlikleri tasarlayarak bu etkinlikleri uygulamak ve bu etkinliklerin 5. sınıf öğrencilerinin bilinçli tüketicilik ile ilgili bilgi, algı ve farkındalığını arttırmada ve bu konudaki kavram yanlışlarını gidermedeki etkililiği ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Bu kapsamda 2 araştırma sorusuna ilişkin çeşitli sonuçlara ulaşılmıştır.

5.1.1. Bilinçli Tüketicilik Eğitimi Bağlamında Geliştirilen Etkinlikler ve Uygulamalar, Öğrencilerin Bilinçli Tüketiciliğe Yönelik Bilgi, Algı ve Farkındalıklarını Olumlu Yönde Değiştirmiş midir?

Bu bölümde, öğrencilerin bilinçli tüketicilik konularına ilişkin bilgi durumlarındaki değişimler, öğrencilerin bilinçli tüketicilik kavramına ilişkin algıları, öğrencilerin kendilerini ve ailelerini bilinçli bir tüketici olarak algılama durumları ve bilinçli tüketicilik eğitiminin öğrencilere katkıları olmak üzere 5 başlık altında araştırma sonuçlarına yer verilmiştir.

5.1.1.1. Öğrencilerin Bilinçli Tüketicilik Konularına İlişkin Bilgi Durumlarındaki Değişimler

Doğru-yanlış bölümü son bilgi değerlendirme sonuçlarının, ön bilgi değerlendirme sonuçlarına göre daha iyi oranlara sahip olduğu görülmektedir. Bu bölümde öğrencilere yöneltilen 6 sorunun tamamında olumlu yönde değişim gerçekleşmiştir. Ayrıca ön bilgi değerlendirmede %82,60 olan başarı oranı, son bilgi değerlendirmede %97,82'ye yükselmiştir. Olumlu yönde en fazla değişim ise, başarı oranının %56,52'den %100'e yükselmiş olduğu 3. soruda yaşanmıştır. Doğru-yanlış soruları bölümdeki bulgulara göre, etkinliklerin yapılmasından sonra öğrencilerin

bilinçli tüketicilik konularına ilişkin başarı oranlarında pozitif yönde değişim yaşandığı görülmüştür.

Boşluk doldurma soruları bölümü ön bilgi değerlendirmedeki başarı oranı %77,17 iken, son bilgi değerlendirmede %90,76 olmuştur. Bu bölümde öğrencilere yöneltilen 8 sorunun 7'sinde olumlu yönde değişim gerçekleşmiştir. Bununla beraber 4. soruda herhangi bir değişim gözlenmemiştir. Başarı oranında olumlu yönde en fazla değişim, 3. ve 8. soruda olmuştur. 3. sorudaki başarı oranı %73,91'den %100'e çıkarken; 8. soruda bu oran %47,82'den %90,76'ya çıkmıştır. Başarı oranındaki bu olumlu değişimde yapılan etkinliklerin etkisi olmuştur.

Çoktan seçmeli sorular bölümü ön bilgi değerlendirmede %70,65 olan başarı oranı, son bilgi değerlendirmede %89,49'a yükselmiştir. Bu bölümde öğrencilere yöneltilen 12 sorunun 10'unda pozitif yönde değişim olduğu görülmüştür. Bununla beraber 1. ve 6. soruda herhangi bir değişim gözlenmemiştir. Başarı oranında olumlu yönde en fazla değişim, 7. soruda olmuştur. Bu sorudaki başarı oranı, %43,47'den %100'e yükselmiştir. Yani ön değerlendirmede sadece 10 öğrencinin doğru cevapladığı bu soruyu, son değerlendirmede öğrencilerin tamamı doğru yanıtlamıştır. Bu sorudaki ve diğer sorulardaki pozitif değişimde, yapılan etkinliklerin önemli katkılar sağladığı tespit edilmiştir.

Doğru-yanlış, boşluk doldurma ve çoktan seçmeli sorular bölümü genel olarak değerlendirildiğinde, öğrencilerin en çok başarılı olduğu bölüm doğru-yanlış testi bölümü olmuştur (%97,82). Bu üç bölümdeki sonuçlara göre, eylem araştırması etkinliklerinden sonra öğrencilerin bilinçli tüketicilik konularıyla ilgili bilgilerindeki başarı oranları pozitif yönde değişmiştir. Yani yapılan etkinlikler, bilinçli tüketicilik konularının öğrenilmesinde katkı sağlamıştır.

5.1.1.2. Öğrencilerin Bilinçli Tüketicilik Kavramına İlişkin Algıları

Öğrencilerin bilinçli tüketici kavramına ilişkin algılarının ilk sırasında haklarını bilme ve kullanma (17) gelmektedir. Bununla birlikte öğrenciler bilinçli tüketiciyi, sorumluluk sahibi olarak nitelendirmektedirler. Yine öğrenciler, bilinçli tüketici ile Sosyal Bilgiler Öğretim Programının ilgili öğrenme alanında yer alan sorumluluk

değeri ve araştırma becerisini ilişkilendirmişlerdir. Ayrıca öğrencilerin, öğretim programının 5. sınıfla ilgili öğrenme alanındaki beceriler arasında bulunmayan öz denetim, karar verme, finansal okuryazarlık becerileri ve tasarruf değeriyle bilinçli tüketici kavramını ilişkilendirdikleri tespit edilmiştir.

Öğrencilerin bilinçli tüketici algılarında, en fazla ifade ettikleri ikinci görüş, ürün ambalajına dikkat etme (16) olmuştur. Öğrenciler, bilinçli tüketiciyi ürün ambalajının açık olmamasına dikkat eden, ambalaj üzerindeki işaretlere, özelliklere ve yazılara bakan kişi olarak algılamaktadırlar. Bunları ihtiyaçlara öncelik verme, bütçeye uygun alışveriş yapma, tasarruf etme, israftan kaçınma, sağlıklı beslenme gibi ifadeler izlemektedir.

5.1.1.3. Öğrencilerin Kendilerini Bilinçli Bir Tüketici Olarak Algılama Durumları

Bu bölümdeki sonuçlara göre, öğrencilerin çoğunluğu (18) kendilerini bilinçli tüketici olarak algılamaktadır. Öğrencilerin kendilerini bilinçli tüketici olarak görme nedenlerinin başında üretim ve son kullanma tarihlerine dikkat etme (11) gelmektedir. Bununla birlikte ürün ambalajı ve özelliklerine dikkat eden (10) öğrenciler de kendilerini bilinçli tüketici olarak görmektedirler. Öğrencilerin kendilerini bilinçli tüketici olarak görme gerekçelerinden biri de tasarruf (7) değeri olmuştur. Tasarruf etmenin yanı sıra tüketici sorumluluğu doğrultusunda haklarını bildiğini ve kullandığını, alışverişten sonra fiş, fatura veya garanti belgesi aldığını, ihtiyaç listesi hazırladığını ve yerli ürünleri tercih ettiğini belirten öğrenciler de bu gerekçelerle bilinçli tüketici olduklarını düşünmektedirler. Ayrıca israftan kaçınma, sağlıklı beslenme, ihtiyaçlara öncelik verme ve kaliteli ürünleri tercih etme gibi gerekçelerle bilinçli tüketici olduğunu ifade eden öğrenciler de olmuştur.

Öte yandan öğrencilerin çoğunluğu kendilerini bilinçli tüketici olarak görmekle beraber bazı öğrencilerin kendilerini bilinçli tüketici olarak görmedikleri (3) bazılarının ise kısmen (2) bilinçli tüketici olduklarını düşündükleri görülmüştür. Kendilerini bilinçli tüketici olarak görmeyen öğrenciler gerekçelerini kuralları uygulamama, alışveriş yaparken dikkat etmeme, sağlıklı yiyecekleri çok az alma ve son kullanma tarihine bakmama şeklinde açıklamışlardır. Kısmen cevabı veren

öğrenciler ise bu şekilde düşünme gerekçelerini, bilinçli tüketicinin olumlu özelliklerinden olan bütçeye uygun davranma, yerli ürünleri tercih etme ve son kullanma tarihine bakma ile bilinçli tüketicide bulunmaması gereken her gördüğünü almak isteme ve son kullanma tarihine bakmama gibi davranışlar üzerinden ifade etmişlerdir.

5.1.1.4. Öğrencilerin Ailelerini Bilinçli Bir Tüketici Olarak Algılama Durumları

Bu bölümdeki araştırma sonuçlarına göre, öğrencilerin tamamına yakını (22) anne ve babalarını bilinçli tüketici olarak görmektedir. Yani öğrenciler hem kendilerini hem de ailelerini bilinçli tüketici olarak görmektedir. Yalnızca bir öğrenci babasını bilinçli tüketici olarak görmemiştir.

Anne ve babalarını bilinçli tüketici olarak gördüklerini belirten öğrenciler, bu durumu; ürünlerin son kullanma tarihine bakma, ihtiyaçlara öncelik verme, ihtiyaç listesi hazırlama, bütçesine uygun alışveriş yapma, İsraf etmeme, fiyat araştırması yapma, yerli ürünleri tercih etme, TSE damgasına dikkat etme, parayı bilinçli kullanma, Alo 174 ve 175 hatlarından yararlanma ve alışverişten sonra fiş, fatura veya garanti belgesi alma gibi gerekçelere dayandırmışlardır.

5.1.1.5. Bilinçli Tüketici Eğitimine Öğrencilere Katkıları

Araştırma sonuçları, öğrencilerin tamamının kendisine verilen eğitimin en önemli katkısını, bilinçli tüketicinin özelliklerini öğrenme olarak ifade ettiklerini göstermektedir. Öğrencilerin tamamının bilinçli tüketici özelliklerini öğrendiklerini belirtmesinde, eğitim sırasında bilinçli tüketicinin özellikleriyle ilgili etkinliklerin yoğun bir şekilde yer alması etkili olmuştur. Bununla birlikte eğitimin katkılarını ifade eden öğrencilerin açıklamalarından da bilinçli tüketici özelliklerini öğrendiklerini söylemek mümkündür.

Eylem araştırmasının öğrencilere sağladığı ikinci önemli katkı, tüketici hakları (18) konusunda olmuştur. Öğrenciler, tüketici haklarını bilme ve kullanma konusunda bilgiler edindiklerini ifade etmişlerdir. Öğrenci görüşlerine göre eğitimin üçüncü önemli katkısı ise son kullanma tarihinin önemini kavrama konusunda olmuştur. Bunların yanı sıra ihtiyaç listesi hazırlamanın önemini anlama, ihtiyaçlara

öncelik vermenin önemini fark etme, TSE damgasının önemini öğrenme, fiş, fatura veya garanti belgesi almak gerektiğini kavrama, tasarruf yapmayı öğrenme, bütçe hazırlamayı öğrenme, israftan kaçınmanın önemini fark etme ve sınavlara katkı sağlama gibi konularda da öğrenciler kendilerine verilen eğitimin katkı sağladığını belirtmişlerdir.

Bilinçli tüketicilik eğitiminin öğrencilere katkılarını ortaya koyma adına ulaşılan önemli bir diğer sonuç da alışverişler konusundaki farkındalık hususunda olmuştur. Araştırma sonuçlarına göre, bütün öğrenciler aldıkları eğitim sonrasında yapacakları alışverişler konusunda farkındalık kazandıklarını ifade etmişlerdir. Öğrencilerin bu farkındalığı; ürünlerin son kullanma tarihine dikkat etme, uygun fiyatlı ürünleri tercih etme, tasarruf etme, tüketici haklarını bilme ve kullanma, alışveriş sonrası fiş, fatura veya garanti belgesi alma, ürün özelliklerini inceleme, ihtiyaçlara öncelik verme ve alışveriş listesi hazırlama gibi gerekçeler üzerinden anlatmaya çalıştıkları görülmüştür. Bu sonuçlar, eylem araştırmasının öğrencilerin yapacakları alışverişler konusunda farkındalık oluşturmada katkı sağladığını göstermektedir.

5.1.2. Geliştirilen Etkinlikler ve Uygulamalar, Öğrencilerin Bilinçli Tüketicilik İle İlgili Kavram Yanılgılarını Gidermede Etkili Olmuş mudur?

Bilinçli tüketicilik konuları kavramlarının ele alındığı bu bölümün ön bilgi değerlendirmesinde, bütün kavramlarla ilgili kavram yanılgısı gerçekleşmiştir. En fazla kavram yanılgısı ise bütçe kavramında görülmüştür. Tüketici kavramının ise tüketim kavramı ile yoğun bir şekilde karıştırılması dikkat çekicidir. Uygulama sonrası yapılan son bilgi değerlendirmede, tüketici ve bütçe kavramlarının kavram yanılgılarının devam ettiği tespit edilmiştir ancak bu iki kavramla ilgili toplam 29 olan kavram yanılgısı son bilgi değerlendirmede 9'a düşmüştür.

Kavramlara ilişkin öğrencilerin yaptığı açıklamaları değerlendirmek için oluşturulan ölçütlere göre ayıplı mal, bütçe, tüketici, bilinçli tüketici ve tüketici hakları kavramlarının değerlendirilmesi sonucunda bazı sonuçlara ulaşılmıştır.

Sonuçlara göre çalışmaya katılan öğrencilerin, ayıplı mal kavramı hakkında ön bilgi değerlendirme aşamasında 10 tam, 2 eksik ve 11 yanlış bilgiye sahip oldukları görülmektedir. Buna karşın son bilgi değerlendirmede ise öğrencilerin kavram yanlışları tamamen giderilmiştir. Tüketici kavramıyla ilgili öğrencilerin ön bilgi değerlendirmesinde 5 tam ve 18 yanlış bilgiye; son bilgi değerlendirmesinde 21 tam ve 2 eksik bilgiye sahip oldukları tespit edilmiştir. Öğrencilerin çoğu bu kavramla ilgili kavram yanlışlığı yaşamıştır.

Bunların yanında ulaşılan sonuçlar, öğrencilerin bilinçli tüketici kavramını diğer kavramlara göre daha iyi bildiklerini ve tanımlayabildiklerini göstermektedir. Ancak ön bilgi değerlendirmede 4 eksik ve 2 yanlış bilgiye sahip öğrencinin bulunduğu tespit edilmiştir. Yanlış bilgiye sahip olan bu öğrencilerin kavram yanlışları da yapılan etkinliklerin ardından giderilmiştir.

Öğrencilerin kavramların açıklanmasında en çok zorlandığı kavram, bütçe olmuştur. Ön bilgi değerlendirmesinde öğrencilerin tamamına yakını (2 doğru-21 yanlış) bu kavramı yanlış tanımlamışlardır. Son bilgi değerlendirmesinde ise öğrencilerin bilgileri ve tanımlarında pozitif değişim (14 doğru-9 yanlış) yaşanmıştır. Ancak bütçe kavramıyla ilgili kavram yanlışlarının tamamen giderilmediği ve yanlış açıklamaların devam ettiği de tespit edilmiştir. Son olarak çalışmaya katılan öğrencilerin ön bilgi değerlendirme aşamasında tüketici hakları kavramı hakkında 9 tam, 3 eksik ve 11 yanlış bilgiye sahip oldukları görülmektedir. Buna karşın son bilgi değerlendirme aşamasında öğrencilerin aynı kavramla ilgili 14 tam ve 9 eksik bilgiye sahip oldukları tespit edilmiştir. Ancak bazı öğrencilerin uygulama öncesi ve sonrası bilgilerinde herhangi bir farklılık yaşanmamıştır.

Bu bölümdeki sonuçlar, eylem araştırmasının öğrencilerin kavram yanlışlarının giderilmesinde başarılı olduğunu göstermiştir. Bununla birlikte yapılan eylem araştırması etkinliklerinin, öğrencilerin ayıplı mal, tüketici, bilinçli tüketici, bütçe ve tüketici hakları kavramlarını doğru şekilde öğrenmelerinde katkı sağladığını söylemek mümkündür.

5.2. Tartışma

Araştırma sonuçları, alanyazındaki diğer çalışmalarla karşılaştırıldığında bazı yönlerden önemli çıkarımlarda bulunmak mümkündür. Öncelikle araştırmada elde sonuçlar, eylem araştırması etkinliklerinin öğrencilerin bilinçli tüketicilik konusundaki bilgi, algı ve farkındalıklarını olumlu yönde değiştirdiğini göstermektedir. Bu genel sonuca paralel olarak öğrencilerin bilinçli tüketici kavramını daha çok sorumlu tüketim olarak algıladıkları tespit edilmiştir. Ayrıca bilinçli bir tüketiciyi; haklarını bilen ve kullanan, satın alacağı ürünlerin ambalajlarına dikkat eden ve alışveriş sonrası fiş, fatura veya garanti belgesi alan kişi olarak algıladıkları görülmüştür. Bu sonuçlar, Uyanık (2015) tarafından yapılan çalışmanın bulgularıyla örtüşmektedir. İlgili çalışmaya katılan öğrenciler, bilinçli tüketiciyi ihtiyaçları doğrultusunda para harcayan, tasarruf yapan, israf etmeyen, spor yapan, sağlıklı beslenen, haklarını ve çevreyi koruyan kişi olarak tanımlamışlardır. Benzer şekilde Puruçcuoğlu (2003), yaptığı çalışmada öğrencilerin bilinçli tüketiciyi parayı planlı harcayan ve haklarını arayan kişi olarak algıladıklarını ortaya koymuştur. Bu sonuçlar, bilinçli tüketicinin doğru seçimler yapmasının önemine vurgu yapmaktadır.

Öte yandan bilinçli tüketici kavramını açıklayan yapan öğrencilerin tanımlamaları, Gülmez (2006) ve Buğday (2015) tarafından yapılan tanımlarla benzerlik göstermektedir. İlgili araştırmacılar, bilinçli tüketici kavramını; haklarını bilen ve kullanan, temel ihtiyaçlarına öncelik veren, sağlıklı, kaliteli ve güvenli ürünler tercih eden, reklâmların aldatıcı etkisi altında kalmayan, tasarrufta bulunan, israftan kaçınan ve etik davranan bir birey olarak açıklamışlardır. Bu çalışmada yer alan öğrencilerin cevapları, yukarıdaki tanımlarla haklarını bilme ve kullanma, ihtiyaçlara öncelik verme, israftan kaçınma, sağlıklı beslenme gibi yönlerden örtüşmektedir.

Bunlarla birlikte öğrencilerin bilinçli tüketici kavramı algıları, yapılan araştırmanın Sosyal Bilgiler Öğretim Programında (MEB, 2018a) bilinçli tüketicilikle ilgili kazanımın ("*Bilinçli bir tüketici olarak haklarını kullanır.*") amaçlarının gerçekleştirildiğini göstermektedir. Özellikle öğrencilerin bilinçli

tüketiciliği, haklarını bilme ve kullanma yeterliliğiyle açıklamaları, sosyal bilgiler derslerinde ilgili etkinliklerin kullanıldığında yararlı olacağına işaret etmektedir. Son olarak öğrencilerin bilinçli tüketici kavramını açıklarken, programda kazandırılmak istenen sorumluluk değeri ve araştırma becerisine değinmesi, eylem araştırması etkinliklerinin programın amaçlarıyla uyumlu olduğunu göstermektedir.

Diğer yandan öğrenciler, bilinçli tüketicilik kavramını açıklarken, bilinçli bir tüketicinin niteliklerine vurgu yapmıştır. Bu kapsamda bilinçli bir bireyin ihtiyaçlarına öncelik vermesi, alışveriş listesi hazırlaması, haklarını kullanmak için kanıtlar toplamaya dikkat etmesi gibi önemli niteliklere değinilmiştir. Bu nitelikler, ilgili öğrencilerin okuduğu 5. sınıf sosyal bilgiler ders kitabında (Şahin, 2018) yer alan bilinçli tüketicilik konularının içeriğiyle uyum göstermektedir. Bu durum, öğrencilere verilen eğitim sırasında kullanılan temel materyallerden birinin ilgili ders kitabı olmasıyla açıklanabilir.

Öğrenciler, diğer çalışmalara öğrencilerde olduğu gibi (Sağlam, 2010; Malbeği ve Sağlam, 2013; Uyanık, 2015; Uysal, 2017), kendilerini bilinçli tüketiciler olarak görmektedir. Bunun yanında ailelerini de bilinçli seçimler yapan bireyler olarak algılamaktadır. Öğrenciler, kendilerini bilinçli tüketici olarak görme gerekçelerini özellikle ürünlerin üretim ve son kullanma tarihlerine dikkat etme ve yine ürün ambalajlarını ve özelliklerini incelenme gibi gerekçelere dayandırmıştır. Bu durumun ortaya çıkmasında öğrencilerin bizzat kendi yaşantılarının yani yapmış oldukları alışverişlerin etkili olduğu söylenebilir. Nitekim Akhan ve Kılıçoğlu (2014), öğrencilerin para ve ihtiyaç kavramlarının diğer ekonomi kavramlarına göre daha iyi düzeyde anlamalarını, onların günlük hayatlarında bu kavramları daha sık kullanmalarına bağlamaktadırlar. Bu durum, öğrencilerin günlük ekonomik faaliyetlerde edindikleri çeşitli deneyimlerin, onların kazandıkları beceri, değer ve davranışlar üzerinde etkili olmasıyla açıklanabilir (Akhan, 2013).

Öte yandan araştırma sonuçları, öğrencilere verilen bilinçli tüketicilik eğitiminin onlara çeşitli katkılar sağladığını göstermektedir. Bu katkılar arasında en çok bilinçli tüketicinin özelliklerini öğrenme, tüketici haklarını bilme ve kullanma, ihtiyaç listesi hazırlamanın önemini anlama ve son kullanma tarihinin önemini kavrama yer

almıştır. Hatta öğrenciler kendisine verilen eğitim neticesinde alışverişler konusunda daha bilinçli hareket etmeye özen gösterdiklerini ifade etmişlerdir. Bu katkıların ortaya çıkmasında öğrencilere bilinçli tüketicilik eğitim kapsamında çeşitli yöntem, teknik ve etkinliklerin kullanılmasının önemli rolü olmuştur. Nitekim Pınarcı (2007) ve Malbeği (2011), farklı yöntemler kullanılarak işlenen derslerin öğrencilerin tüketicilik bilgilerine olumlu katkıda bulunduğu; Makela ve Peters (2004) ergenlik çağındaki gençlere yapılan tüketici eğitiminin öğrencilerin tüketici haklarını ve sorumluluklarını öğrenmesinde olumlu değişiklikler sağladığına ve McGregor (2010) ortaokul öğrencilerine verilen tüketici eğitiminin onların bilinçli tüketime ilişkin bilgi, beceri ve tutumlarını geliştirdiğine vurgu yapmıştır. Ünay (2012) ise çoklu zekâ kuramının altı zekâ alanını içeren etkinlikler doğrultusunda verilen tüketici eğitiminin, öğrencilerin gösterişi tüketime yönelik bilgileri üzerinde olumlu değişiklikler yarattığını tespit etmiştir. Belirtilen çalışmalar ve bu araştırmanın sonuçları, öğrencilere farklı yöntem ve etkinliklerle verilen bilinçli tüketicilik eğitiminin öğrenciler üzerinde olumlu katkılar sağladığını ve sağlayacağını göstermesi açısından değerlidir.

Son olarak yapılan eylem araştırması etkinliklerinin kavram yanlışlarının giderilmesindeki rolüne ilişkin sonuçlara ulaşılmıştır. Yapılan etkinlikler, yanlışları giderilmek istenen 5 temel kavramla ilgili yanlışların giderilmesini büyük ölçüde sağlamıştır. Ancak bütçe kavramındaki yanlışlar, yeterince giderilmemiştir. Bu çalışmada öğrenciler tarafından en zor algılanan kavram, bütçe olmuştur. Benzer bir durumla karşılaşan Akhan ve Kılıçoğlu'nun (2014), ekonomi ile ilgili kavramların anlama düzeylerinin tespit edilmesi amacıyla yapmış oldukları çalışmada, öğrencilerin bütçe kavramını sınırlı anlama düzeyinde bildiklerini ortaya koymuşlardır. Çeşitli araştırmacıların önemle vurguladığı gibi (Posner vd., 1982; Black ve Lucas, 1993; Chi, 2008; Morgil, 2009; Schmidt, 2011), kavram yanlışlarının giderilmesi, zordur. Çünkü kavram yanlışları, uzun bir süreçte oluşmaktadır ve değişime dirençlidir. Kavram yanlışlarının giderilmesi ve kavramsal değişimin sağlanması (Posner vd., 1982) için bu çalışmada 23 farklı etkinlik yapılmıştır. Ayrıca araştırmacı öğretmen, kavramsal değişim sağlamak için kavramlarla ilgili bilgileri ezberletmek yerine kavramların daha anlaşılır olması için

(Santrock, 2007) somut ve öğrencilerin etkin katılımını sağlayabilecek yöntem ve teknikler kullanmıştır (Halim ve Meerah, 2002). Ayrıca araştırmacı öğretmen, kavram öğretimini sağlıklı bir şekilde gerçekleştirmek için McDermott (2006) tarafından vurgulandığı gibi öğretim sürecini detaylı bir şekilde planlamış, kavram yanlışları belirlemiş ve gidermek için çeşitli etkinlikler yapmıştır.

Son olarak pek çok nitel araştırma yönteminin kendine özgü güçlü ve zayıf yönleri olduğu gibi eylem araştırması deseninin kullanıldığı bu araştırmanın da bazı güçlü ve zayıf yönleri bulunmaktadır. Bu araştırmanın en güçlü yönü, bilinçli tüketici eğitimi konusunda yapılan ilk eylem araştırması olmasıdır. Bununla birlikte çalışmada, araştırma sürecini ve araştırma sürecinin sonrasını yansıtmak amacıyla çeşitli veriler toplanması araştırmanın güçlü yönlerindedir. Ayrıca araştırmada bilinçli tüketici eğitime ilişkin yapılan 23 etkinlik, yine araştırmanın güçlü yönlerinden biridir. Araştırmanın zayıf yönü ise öğrencilerle yapılandırılmış görüşme yoluyla veriler elde edilmesi olmuştur. Araştırma öncesinde planlanan şekilde öğrencilerle yarı-yapılandırılmış görüşmeler, öğrencilere yöneltilecek farklı sorularla daha zengin ve derin bilgilerin öğrenilmesi açısından daha faydalıdır. Ancak çalışmanın bu zayıf yönüne karşılık, araştırmanın uygulama sürecinin video kayıtlarının olması ve bu kayıtlarda etkinlik uygulamalarının yanı sıra öğrenci yorumları, cevapları ve davranışlarının gözlemlenmesi zengin ve detaylı veriler elde edilmesini sağlamıştır. Araştırmanın diğer bir zayıf yönü ise uygulamanın bir okulda ve bu okuldaki tek sınıfta yapılması olmuştur. Ayrıca araştırma sonuçlarında bazı kavramlarla ilgili kavram yanlışlarının devam ettiği görülmüştür. Eylem araştırmasının doğası gereği bu yanlışları gidermeye yönelik ek etkinliklerin sayısının artırılması planlanmışken müfredata bağlı olarak diğer konuların da öğretilmesinin gerekmesi eylem araştırmasının uzatılmasını engellemiştir. Bu durum, araştırmanın en zayıf yönleri arasında yer almaktadır. Sonuç olarak eylem araştırmasının bilinçli tüketici eğitime önemli katkılar sağladığı tespit edilmiştir. Bundan sonraki bölümde araştırma sonuçları çerçevesinde önerilere yer verilmiştir.

5.3. Öneriler

Son yıllarda gıda, eğitim, ulaşım, eğlence, giyim ve teknoloji gibi pek çok alanda tüketimin hızla artması, beraberinde tüketici sorunlarını da arttırmaktadır. Günümüzde tüketici hakları konusunda yapılan pek çok yasal düzenleme ve tüketici eğitimi çalışmaları olmasına rağmen tüketiciler satın almış oldukları mal veya hizmetlerle ilgili pek çok sorunla karşılaşmaktadır. Bu durum, hak ve sorumluluklarını bilen, satın aldığı mal ve hizmetlerle ilgili karşılaştığı sorunlarla baş etme yöntemleri hakkında bilgi sahibi olan bilinçli tüketicilerin yetiştirilmesini daha önemli kılmaktadır. Bu araştırmanın sonucunda, çalışmaya katılan öğrencilerin kendilerini ve ailelerini bilinçli tüketici olarak gördükleri tespit edilmiştir. Bununla birlikte araştırma sürecinde yapılan etkinliklerin bilinçli tüketicilik konularının öğrenilmesinde ve kavram yanılgılarının giderilmesinde katkı sağladığı görülmüştür. Ulaşılan sonuçlar bağlamında Milli Eğitim Bakanlığı, sosyal bilgiler öğretmenleri ve araştırmacılara bazı önerilerde bulunmak gerekmektedir.

- Öncelikle öğretmenlerin bilinçli tüketicilik eğitimini etkili bir şekilde verebilmeleri için ders kitaplarına bilinçli tüketicilikle ilgili güncel etkinlikler koyulmalıdır.
- Sosyal bilgiler ders kitaplarında kavram öğretimine yönelik etkinliklerin sayısı artırılmalı ve kavramların nasıl öğretileceği konusunda öğretmenlere rehberlik edecek yönergelere yer verilmelidir.
- Bilinçli tüketicilik eğitimi kapsamında yer alan kavramların öğretimini sağlamak amacıyla "Kavram Kartları Etkinliği", "Kavram Bulma" ve "Anagram Bulmaca" gibi etkinlikler kullanılmalıdır.
- Öğrencilerin ürün satın alma sürecini bizzat yaşayabileceği "Piyasa Araştırması" gibi etkinlikler yapılmalıdır.
- Yine öğrencilerin tüketici haklarını etkin kullanımını sağlamak adına Alo 175 Tüketici Danışma Hattı ve Alo 174 Gıda Hattı gibi tüketici hatlarıyla görüşme yapılması, "Hak Arama Döngüsü" ve "Tüketici Hakem Heyeti'ne Başvuru Dilekçesi Yazılması" etkinliklerine yer verilmelidir.

- Öğrencilerin bilinçli tüketicilik eğitimine etkin katılımı sağlanmalıdır.
- Konuların öğretimi sırasında özellikle güncel hayatla bağlantı kurmak için veli görüşmeleri, aile tüketim eğilimi belirleme formları gibi aileyi de sürece dâhil eden etkinlikler yapılmalıdır.
- Gelecekte araştırma yapacak araştırmacılar, sosyal bilgiler öğretmenlerinin bilinçli tüketicilik eğitim sırasında karşılaştığı sorunları dikkate alarak mevcut sorunların çözümüne yönelik araştırma tasarımları hazırlamalıdır. Hazırlanan bu tasarımlar, öğretmenlerle yapılacak müzakerelerde şekillendirilmeli, bilimsel altyapısının sağlanması için farklı alanlardan uzman görüşüne başvurulmalıdır.
- Yapılan araştırmalarda mümkün olduğunca, farklı zekâ alanlarına ve öğrenme stillerine hitap eden etkinlikler tasarlanarak sosyal bilgiler öğretmenlerinin kullanımına açılmalıdır.

KAYNAKÇA

Akdoğan, M. Esra ve Bilgili, S. Ali (2018). Eğitsel oyunlarla sosyal bilgiler öğretimi. (Editörler: Ramazan Sever, Mesut Aydın ve Erol Koçoğlu). *Alternatif Yaklaşımlarla Sosyal Bilgiler Öğretimi*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık. 163-185.

Akhan, Nadire Emel (2013). Adım adım ekonomi okuryazarlığı: Sosyal bilgiler dersleri için alternatif yollar. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2013(14), 1-36.

Akhan, Nadire Emel ve Kılıçoğlu, Gökçe (2014). Ortaokul 8. sınıf öğrencilerinin sosyal bilgiler programında yer alan ekonomi kavramlarını anlama düzeyleri. *Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 16(2), 24-47.

Akşit, İbrahim ve Dinç Erkan (2015), Sosyal bilgiler dersinde iskan kavramının öğretimi üzerine bir eylem araştırması. *Uşak Üniversitesi Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 78-87.

Akyüz, Zahide (2009). *İlköğretim Çağındaki Öğrencilerin Tüketim Davranışı ve Tüketicilik Bilinç Düzeyi*, Yüksek Lisans Tezi. GAZİ ÜNİVERSİTESİ Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Al, Serhat (2016). *Müzikal Zeka Temelinde Çoklu Zeka Etkinliklerini Sosyal Bilgiler Dersinde Uygulamak: Bir Eylem Araştırması*. Yüksek Lisans Tezi. MARMARA ÜNİVERSİTESİ Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Altıok, Nihal (2010). *İlköğretim Programlarının Bilinçli Tüketici Davranışlarını Kazandırma Düzeyine İlişkin Bir Araştırma*, Doktora Tezi. HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Alimcan, Derya (2018). *Ortaokul Öğrencilerinin Bilinçli Tüketicilik Düzeylerinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi (Amasya İli Örneği)*, Yüksek Lisans Tezi. AMASYA ÜNİVERSİTESİ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Amasya.

Alo 174 Gıda Hattı, (2019). “Hakkımızda”. 15.04.2019 tarihinde <http://www.alo174.gov.tr/> adlı siteden alınmıştır.

Altıok, Nihal ve Babaoğul, Müberra (2010). Türkiye’de ve AB ülkelerinde tüketici eğitimi. (Editörler: Müberra Babaoğul ve Arzu Şener). *Tüketici Yazıları (II)*, Ankara: Hacettepe Üniversitesi Tüketici – Pazar – Araştırma – Danışma Test ve Eğitim Merkezi. 9-21.

Araboğa, Emre (2018). *Çizgi Filmlerde Tüketim Davranışlarının ve Tüketim Nesnelerinin İlkokul Ve Ortaokul Çağındaki Çocuklara Etkisi*, Yüksek Lisans Tezi. İSTANBUL AREL ÜNİVERSİTESİ Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Ata, Bahri (2015). Sosyal bilgiler öğretim programı. (Editör: Cemil Öztürk). *Sosyal Bilgiler Öğretimi*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık. 33-47.

Ateşoğlu, İrfan ve Türkkahraman, Mimar (2009). Çocukların tüketici olarak sosyalleşmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 14(3), 215-228.

Aziz, Aysel (2010). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntem ve Teknikleri*. Ankara: Nobel Yayınevi.

Babaoğul, Müberra ve Altıok, Nihal (2007). Evrensel tüketici hakları. (Editörler: Müberra Babaoğul ve Arzu Şener). *Tüketici Yazıları (I)*. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Tüketici – Pazar – Araştırma – Danışma Test ve Eğitim Merkezi, 27-42.

Babaoğul, Müberra ve Buğday, Esna Betül (2012). Gösteriş tüketimine karşı gönüllü sadelik. (Editörler: Müberra Babaoğul, Arzu Şener ve Esna Betül Buğday). *Tüketici Yazıları (III)*. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Tüketici – Pazar – Araştırma – Danışma Test ve Eğitim Merkezi, 76-87.

Başkale, Hatice (2016). Nitel araştırmalarda geçerlik, güvenilirlik ve örneklem büyüklüğünün belirlenmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Elektronik Dergisi*, 9(1), 23-28.

Black, Paul Joseph and Lucas, Arthur Maurice (1993). *Children’s Informal Ideas in Science*. London-New York: Routledge.

Baudrillard, Jean (2008). *Tüketim Toplumu*. (Çevirenler: Hazal Deliçaylı ve Ferda Keskin). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Berg, Bruce L. ve Lune Howard (2015). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. (Çeviren: Hasan Aydın). Eğitim Yayınevi.

Buğday, Betül Esna (2015). *Bilinçli Tüketici Ölçeği Geliştirme Çalışması*, Doktora tezi. HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Buğday, Esna Betül ve Babaoğul, Müberra (2016). Bilinçli tüketim kavramının boyutları: Bilinçli tüketim davranışının yeniden tanımlanması. *Sosyoekonomi*, 24(30), 187-206.

Buğra, Ayşe (2000). *Devlet-Piyasa Karşıtlığının Ötesinde; İhtiyaçlar ve Tüketim Üzerine Yazılar*. (Çeviren: Sina Şener). İstanbul: İletişim.

Bursalı, Akın (2008). *12–18 Yaş Arasındaki Çocukların Aile Satın Alma Kararına Etkileri*, Yüksek Lisans Tezi. SAKARYA ÜNİVERSİTESİ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.

Büyükkaragöz, Savaş, Muştta, Muammer, Yılmaz, Hasan ve Pilten, Önder (1998). *Öğretmenlik Mesleğine Giriş*. Konya: Mikro Yayınları.

Büyüköztürk, Ş, Çakmak, Ebru Kılıç, Akgün, Özcan. Erkan, Karadeniz, Şirin ve Demirel, Funda (2016). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi Yayınları.

Cavalcante, Anna Fernanda Beatriz Amorim, Edevaldo Silva, and Robson Victor Tavares (2017). Analysis of social and environmental practices related to conscious consumption of students from public education of Sertão Pernambucano, Brazil. *Acta Scientiarum. Biological Sciences*, 39(4), 455-461.

Chartrand, L. Tanya (2005). The role of conscious awareness in consumer behaviour. *Journal of Consumer Psychology*, 15(3), 203-210.

Chi, Michelene TH. (2008). Three types of conceptual change: Belief revision, mental model transformation, and categorical shift. (Editör: S. Vosniadou), *International Handbook of Research on Conceptual Change*. New York and London: Routledge Taylor and Francis Group. 61-82.

Creswell, John W (2012). *Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research* (4th edition). Boston: Pearson.

Creswell, John W (2018). Nitel araştırma yöntemleri (Çeviri Editörleri: Bütün, M. ve Demir, S. B). Ankara: Siyasal Kitabevi.

Çiçek, Hüseyin, Cantürk, Nihal ve Bozova, Sultan (2015). Tüketici hakem heyetlerinin Türkiye'deki işlerliği: Burdur ili örneği. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(2), 29-51.

Dal, Nil Esra (2017). Tüketim toplumu ve tüketim toplumuna yöneltilen eleştiriler üzerine bir tartışma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(19), 1-21.

Danilane, Liga and Marzano, Gilberto (2014). Consumer education in primary school in the context of sustainable development. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 116, 1068-1072.

Demirel, Özcan ve Kaya, Zeki (2003). Eğitimle ilgili temel kavramlar. (Editörler: Özcan Demirel ve Zeki Kaya). *Öğretmenlik Mesleğine Giriş*. Ankara: Pegem A Yayıncılık, 1-19.

Dere, İlker ve Alkaya, Sevim (2017). Sosyal bilgiler derslerinde tıp tarihi konularının sözlü tarihle öğretimi. *Journal of History Culture and Art Research*, 6(6), 504-522.

Dere, İlker ve Dinç, Erkan. (2017). Sosyal bilgiler derslerinden kalanlar: 1960'dan günümüze kadar sosyal bilgiler dersini alanların hatıraları. *Diyalektolog*, (16), 21-39.

Doğanay, Ahmet (2005). Öğretimde kavram ve genellemelerin geliştirilmesi. (Editörler: Cemil Öztürk ve Dursun Dilek). *Hayat Bilgisi ve Sosyal Bilgiler Öğretimi*. Ankara: Pegem Akademi. 265-296.

DPT [Devlet Planlama Teşkilatı]. (2001). *Tüketicinin Korunması Özel İhtisas Komisyon Raporu* (Rapor No: 2541). Ankara: Devlet Planlama Teşkilatı.

Durmaz, Yakup (2006). Modern Pazarlamada Tüketici Memnuniyeti ve Evrensel Tüketici Hakları. *Yaşar Üniversitesi Dergisi*, 1(3), 255-266.

Ekström, M. Karin. (2007) Parental consumer learning or 'keeping up with children'. *Journal of Consumer Behaviour*, vol. 6, 203-217.

Eroğlu, Ayşe (2012). Henri Bergson'da bilinç-sezgi ilişkisi. *SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi*, 27, 81-102.

Ersoy Ali Fuat ve Sarıabdullohoğlu Aybala (2010). Erken dönemde tüketici bilincinin geliştirilmesi. *Üçüncü Sektör Kooperatifçilik*, 45(1), 65-76.

Ersoy, Ali ve Papatğa Erdal (2015). İlkokul öğrencilerinin hikâyeler aracılığıyla bilinçli tüketici farkındalığının geliştirilmesi. *Eğitimde Politika Analizi Dergisi*, 4(1), 61-78.

Ersoy, Seher ve Nazik, Hamil M. (2006). Ergenlerde tüketicilik bilinç düzeyi üzerine bir inceleme. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16, 313-328.

Friesen, Bruce K. (2010). *Designing and conducting your first interview project* (Vol. 17). Canada: John Wiley & Sons.

Glesne, Corrine (2012). *Nitel Araştırmaya Giriş*. (Çevirenler: A. Ersoy ve P. Yalçınoğlu). Ankara: Anı Yayıncılık.

GTB [Gümrük ve Ticaret Bakanlığı]. (2011). *Bilinçli Tüketici - Tüketici Bilinci*. Ankara.

Gülmez, Mustafa (2006). Pazarlama yönü itibariyle bilinçli tüketim ve bilinçli tüketiciye ilişkin bir saha araştırması. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 9(1-2), 153-178.

Halim, Lilia and Meerah, Subahan. M. (2002). Science trainee teachers' pedagogical content knowledge and its influence on physics teaching. *Research in Science & Technological Education*, 20(2), 215–225.

Hansen, Andreas (2009). The concept teaching model. *Thinking Skills and Creativity*, 4(3), 160-169.

Hayta, Ateş Bayazıt (2006). Tüketici haklarının tüketici eğitimindeki rolü. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 26(3), 239-250.

Hayta, Ateş Bayazıt (2014). Postmodern dönemin tüketim imajları: Postmodern tüketim kültürü, tüketim kalıpları ve postmodern tüketici. (Editörler: Müberra Babaoğul, Arzu Şener ve Esna Betül Buğday). *Tüketici Yazıları (IV)*, Ankara: Hacettepe Üniversitesi Tüketici – Pazar – Araştırma – Danışma Test ve Eğitim Merkezi, 9-21.

Ilyas, Anam ve Saeed, Muhammad (2018). Exploring teachers' understanding about misconceptions of secondary grade chemistry students. *International Journal for Cross-Disciplinary Subjects in Education (IJCDSE)*, 9(1), 3323-3328.

İlter, İlhan ve Ünal, Çiğdem (2014). Sosyal bilgiler öğretiminde 5e öğrenme döngüsü modeline dayalı etkinliklerin öğrenme sürecine etkisi: Bir eylem araştırması. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 18(1), 295-330.

Kambouri, Maria (2010). Teachers an children's misconceptions in science. *In British Educational Research Association Annual Conference, University of Warmick*.

Karasar, Niyazi (2009). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Kayalı, Füsun (2008). *Tüketicinin Korunması ve Tüketici Hakları Konusundaki Bilgi Düzeyinin Tüketicinin Korunmasındaki Rolü*, Yüksek Lisans Tezi. BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.

Kayalı, Hülya ve Gürsoylar, Gülhan (2018). Sosyal bilgiler dersi coğrafya konularındaki bazı kavramların öğretimi üzerine bir eylem araştırması. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(84), 77-93.

Kaynak, Selahattin ve Akan, Yusuf (2011). Tüketicinin korunmasında tüketici bilinç düzeyinin önemi: Hane halkları üzerine bir uygulama. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 10(1), 41-61.

Kepenekci, Yasemin Karaman ve Ökdem, Meltem (2013). İlköğretim hayat bilgisi ve sosyal bilgiler ders kitaplarında tüketici hakları. *İlköğretim Online*, 12(3), 674-686.

Kılıçoğlu, Gökçe ve Akhan, Nadire Emel (2014). Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının ekonomi kavramlarını anlama düzeyleri. *Electronic Journal of Social Sciences*, 13(51), 209-225.

Kikas, Eve (2004). Teachers conceptions and misconceptions concerning three natural phenomena. *Journal of Research in Science Teaching*, 41(5), 432-448.

Klausmeier, Herbert John (1992). Concept learning and concept teaching. *Educational Psychologist*, 27(3), 267-286.

Karikaturu, (2019). “Herkes elindeki İmkânları Kullanır.” 15.04.2019 tarihinde <https://www.karikaturu.com/herkes-elindeki-imkanlari-kullanir.html> adresinden alınmıştır.

Makela, Carole J. and Peters, Selinah (2004). Consumer education: Creating consumer awareness among adolescents in Botswana. *International Journal of Consumer Studies*, 28(4), 379-387.

Malbeği, Faruk. (2011). *Drama Yönteminin Sosyal Bilgiler Dersi Başarısına Ve Bilinçli Tüketicilik Düzeyine Etkisi*, Yüksek Lisans Tezi. SAKARYA ÜNİVERSİTESİ Eğitim Bilimler Enstitüsü, Sakarya.

Malbeği, Faruk ve Sağlam, Halil İbrahim (2013). İlkokul 4. sınıf öğrencilerinin bilinçli tüketiciliğe ilişkin görüşleri. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 32(1), 251-268.

Maxwell, A. Joseph (2018). *Nitel Araştırma Tasarımı: Etkileşimli Bir Yaklaşım* (Çeviri Editörü: Mustafa Çevikbaş). Ankara: Nobel.

Mazlan, Dzulkarnain, Redzuan, Ahmad, and Bakar, Darussalam (2014). Consumer education in creating a consumer conscious nation. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 155, 448-453.

McDermott, Lillian C. (2006). Preparing K-12 teachers in physics: Insights from history, experience, and research. *American Journal of Physics*, 74(9), 758-762.

McGregor, Sue (2005). Sustainable consumer empowerment through critical consumer education: A typology of consumer education approaches. *International Journal of Consumer Studies*, 29(5), 437-447.

McGregor, Sue (2010). Consumer education as a site of political resistance: 50 years of conceptual evolutions. *McGregor Monograph Series*. Seabright, NS.

MEB (Milli Eğitim Bakanlığı). (2005). *Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı (4-7. Sınıflar)*. Ankara: Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları.

MEB (Milli Eğitim Bakanlığı). (2011). *Tüketici Sorunları Hakem Heyeti*. Ankara: Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları.

MEB (Milli Eğitim Bakanlığı). (2012a). *Özel Tüketici Grupları*. Ankara: Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları.

MEB (Milli Eğitim Bakanlığı). (2012b). *Tüketici Hakları*. Ankara: Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları.

MEB (Milli Eğitim Bakanlığı). (2014). *Satın Alma İlkeleri*. Ankara: Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları.

MEB (Milli Eğitim Bakanlığı). (2015). *Tüketicinin Korunması*. Ankara: Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları.

MEB (Milli Eğitim Bakanlığı). (2018a). *Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı (4-7. Sınıflar)*. Ankara: Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları.

MEB (Milli Eğitim Bakanlığı). (2018b). *6. Sınıf Sosyal Bilgiler Ders Kitabı*. Ankara: Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları.

MEB (Milli Eğitim Bakanlığı). (2018c). *7. Sınıf Sosyal Bilgiler Ders Kitabı*. Ankara: Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları.

Merriam, B. Sharan (2015). *Nitel Araştırma: Desen ve Uygulama İçin Bir Rehber* (Çeviri Editörü: Selahattin Turan). Ankara: Nobel Yayınları.

Morgil, İnci, Seyhan, Güngör Hatice, Secken, Nilgün, Yücel, Seda, Temel, Seran Temel ve Ural, Evrim (2009). Overcoming the determined misconceptions in melting and dissolution through question & answer and discussion methods. *Chemistry Education*, 18(3), 53-60.

Odabaşı, Yavuz (2006). *Tüketim Kültürü (Yetinen Toplumdan Tüketen Topluma)*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.

Özel, Çağlar (2007). Hukuksal açıdan tüketicinin korunması ve tüketicinin korunma gerekliliğine ilişkin bir değerlendirme. *Tüketici Yazıları (I)*. (Editörler: Müberra Babaoğul ve Arzu Şener). Ankara: Hacettepe Üniversitesi Tüketici – Pazar – Araştırma – Danışma Test ve Eğitim Merkezi, 15-26.

Özkaya, Ozan (2013). *İlköğretim İkinci Kademe Öğrencilerinin Tüketici Eğitimi Konusundaki Bilgi ve Tutumlarının İncelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi. GAZİ ÜNİVERSİTESİ Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Öztürk, Cemil (2015). Sosyal bilgiler: Toplumsal yaşama disiplinlerarası bir bakış. (Editör: Cemil Öztürk). *Sosyal Bilgiler Öğretimi*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık. 1-31

Pakmak, Soner Ahmet (2018). *Tüketici Hakları Farkındalığı ve Tüketici Bilinç Düzeyi: Denizli’de Bir Araştırma*, Yüksek Lisans Tezi. PAMUKKALE ÜNİVERSİTESİ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizli.

Patton, Quinn Michael (2018). *Nitel Araştırma ve Değerlendirme Yöntemleri* (Çeviri Editörleri: Mesut Bütün ve Selçuk B. Demir). Ankara: Pegem A Yayıncılık.

Pınarcı, Gül Gürcü (2007). *İlköğretim Öğrencilerine Farklı Yöntemlerle Verilen Tüketici Eğitiminin Etkisinin Belirlenmesi*, Yüksek Lisans Tezi. GAZİ ÜNİVERSİTESİ Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Polat, Hüseyin ve Ünişen, Ali (2016). Ebeveyn görüşlerine göre hayat bilgisi eğitimini almış çocuklarının bilinçli tüketici olma durumları. *Eğitimde Kuram ve Uygulama*, 12(3), 670-694.

Posner, George, Strike, Kenneth, Hewson, Peter, and Gertzog, William (1982). Accommodation of a scientific conception: Toward a theory of conceptual change. *Science Education*, 66(2), 211-227.

Pratt, D. Daniel (1992). Conceptions of teaching. *Adult education quarterly*, 42(4), 203-220.

Purutçuoğlu, Eda (2003). *Lise Öğrencilerinin Tüketici Eğitimi İhtiyacının Belirlenmesi*, Yüksek Lisans Tezi. ANKARA ÜNİVERSİTESİ Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Sağlam, İbrahim Halil (2010). İlköğretim öğrencilerinin bilinçli tüketicilik düzeylerinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 10(4), 2531-2568.

Santrock, W. John (2007). *Educational Psychology, Classroom Update: Preparing for Praxis TM and Practice*. New York: McGraw Hill Companies.

Schmidt, L. Adele (2011). Creativity in science: Tensions between perception and practice. *Creative Education*, 2(5), 435.

Seefeldt, Carol, Sharon Castle, and Renee C. Falconer (2015). *Okul Öncesi/İlkokul Çocukları İçin Sosyal Bilgiler Öğretimi*. (Çeviri Editörü: Sevgi Coşkun Keskin). Ankara: Nobel Yayınevi.

Selanik Ay, Tuğba ve Devenci, Handan (2011). Sosyal bilgiler dersinde yerel toplum çalışmalarından yararlanma: Bir eylem araştırması. *Journal of Social Studies Education Research*, 2(1).

Sert, Pınar (2002). *İlköğretim Öğrencilerinin Tüketici Davranışları*, Yüksek Lisans Tezi. GAZİ ÜNİVERSİTESİ Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Sever, Ramazan (2018). *Alternatif yaklaşımlarla sosyal bilgiler öğretimi ile ilgili temel kavramlar*. (Editörler: Ramazan Sever, Mesut Aydın ve Erol Koçoğlu). *Alternatif Yaklaşımlarla Sosyal Bilgiler Öğretimi*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık. 1-12.

Silverman, David (2018). *Nitel Verileri Yorumlama*. (Çeviri editörü: Erkan Dinç). Ankara: Pegem A Yayıncılık.

Hwee, Hwang Sim (2016). Conceptual teaching in primary social studies: Teaching the primary three reader, "Making the Little Red Dot blue and brown" in a conceptual way. *HSSE Online*, 5(2), 68-79.

Solomon, Michael, Bamossy, Garry, Askegaard, Søren and Hogg, Margaret (2013). *Consumer Behaviour: A European Perspective*. Pearson Education Limited.

Sönmez, Sevin (2006). *7-12 Yaş Arasındaki Çocukların Aile Satın Alma Kararına Etkisi Üzerine Bir Araştırma*, Yüksek Lisans Tezi. SAKARYA ÜNİVERSİTESİ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.

Süle, Marget (2012). Can conscious consumption be learned? The role of Hungarian consumer protection education in becoming conscious consumers. *International Journal of Consumer Studies*, 36, 211–220.

Şahin, Erhan (2018). *5. Sınıf Sosyal Bilgiler Ders Kitabı*. Ankara: Anadol Yayıncılık.

Taber, Keith S. (2000). Challenging chemical misconceptions in the classroom. *British Educational Research Association Annual conference*. England: Cardiff University Press. 1-16.

T.C. Beylikdüzü Kaymakamlığı, (2019). "Genel Şikâyetler Dilekçe Örneği." 15.04.2019 tarihinde www.beylikduzu.gov.tr/tuketici-sorunlari-ilce-hakem-heyeti-basvuru-dilekceleri adlı siteden alınmıştır.

TDK (Türk Dil Kurumu), (2019). "Bilinç". *Güncel Türkçe Sözlük*. 18.10.2019 tarihinde <https://sozluk.gov.tr/> adlı siteden alınmıştır.

TDK (Türk Dil Kurumu), (2019). "Kavram". *Büyük Türkçe Sözlük*. 18.10.2019 tarihinde <https://sozluk.gov.tr/> adlı siteden alınmıştır.

TDK (Türk Dil Kurumu), (2019). "Tüketim". *Güncel Türkçe Sözlük*. 18.10.2019 tarihinde <https://sozluk.gov.tr/> adlı siteden alınmıştır.

Thompson, Fiona and Logue, Sue. (2006). An exploration of common student misconceptions in science. *International Education Journal*, 7(4), 553-559.

Tokcan, Halil (2015). *Sosyal Bilgilerde Kavram Öğretimi*. Ankara: Pegem A Yayınları.

Toy, Hakkı (2019). İlköğretimde ekonomiyle ilgili eğitsel niteliklerin kazandırılmasına ilişkin öğrenci görüşleri. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 53(2) 375-399.

TÜKÇEV, (2012). Tükçev Önce Çocuk Dergisi, 3, s. 8. 23.04.2019 tarihinde tukcev.org.tr/images/uploads/tukcev_once_cocuk_3.pdf adlı siteden alınmıştır.

Tüketicinin Korunması ve Piyasa Gözetimi Genel Müdürlüğü. (2019). "Bilinçli Bir Tüketici Olarak Ne Yapmalıyız Broşürü". 15.04.2019 tarihinde <http://tuketici.gtb.gov.tr/data/586505a31a79f536e8662a1f/Brosur-Cocuklar%20Bil.%20Tuk.%20Neler%20Yapmalı.pdf> adlı siteden alınmıştır.

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun. (2013). T.C. Resmi Gazete, 6502, 28 Kasım 2013.

Türe, Hatice (2018). *Sosyal Bilgiler Dersinde Aile Katılımına Dayalı Etkinliklerden Yararlanma: Bir Eylem Araştırması*. Doktora Tezi. ANADOLU ÜNİVERSİTESİ Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir.

Tüysüz, Sami (2018). *4. Sınıf Sosyal Bilgiler Ders Kitabı*. Ankara: Tuna Matbaacılık A.Ş.

Twyman, Todd, and Tindal, Gerald (2005). Reaching all of your students in social studies. *Teaching Exceptional Children Plus*, 1(5).

Uyanık, Can (2015). *İlkokul 4. Sınıf Öğrencilerinin Bilinçli Tüketici Durumlarının İncelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi. ANADOLU ÜNİVERSİTESİ Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir.

Uysal, Ayşe (2017). *Ortaokul Kademesindeki Öğrencilerin Tüketim Davranışlarının Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi. ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Niğde.

Ülgen, Gülten (2004). *Kavram Geliştirme, Kuramlar ve Uygulamalar*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Ünay, Huriye (2012). *İlköğretim Öğrencilerine Verilen Tüketici Eğitiminin Gösterişçi Tüketimi Önlemedeki Etkisinin İncelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi. GAZİ ÜNİVERSİTESİ Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Üztemur, Servet, Dinç, Erkan ve Acun, İsmail (2017). Müze ve tarihi mekân uygulamalarının 7. sınıf öğrencilerinin müze ve tarihi mekân algılarına etkisi: Bir eylem araştırması. *Gelecek Vizyonlar Dergisi*, 1(1), 9-20.

Yel, Selma (2015). Kavram geliştirme öğretimi. (Editör: Cemil Öztürk). *Sosyal Bilgiler Öğretimi*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık. 111-143.

Yıldırım, Ali ve Şimşek, Hasan (2008). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

EKLER

Ek-1: Araştırma İzni



T.C.
KONYA VALİLİĞİ
İl Millî Eğitim Müdürlüğü

Sayı : 83688308-605.99-E.25034446
Konu: Araştırma İzni (İbrahim AKTAŞLI)

26.12.2018

NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜNE
(Öğrenci İşleri Daire Başkanlığı)

İlgi : 21/12/2018 tarihli ve 48178250-300-E.18733 sayılı yazınız.

Üniversiteniz Eğitim Bilimleri Enstitüsü Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi Anabilim Dalı Sosyal Bilgiler Eğitimi Bilim Dalı Tezli Yüksek Lisans Programı Öğrencisi İbrahim AKTAŞLI'nın "Sosyal Bilgiler Dersinde Bilinçli Tüketicilik Eğitimine İlişkin Bir Eylem Araştırması" konulu araştırmasını uygulama talebi incelenmiştir.

Araştırmanın; Karatay Ayşe Hüseyin Özkan Ortaokulu'nda eğitim gören 5/A sınıfı öğrencilerine eğitim öğretimi aksatmamak kaydıyla uygulanmasında sakınca görülmemektedir. Araştırmacının, Müdürlüğümüze bağlı eğitim kurumlarındaki çalışmalarını 2018-2019 eğitim öğretim yılı içerisinde tamamlaması zorunludur. Araştırma kapsamında yürütülecek çalışmaların 2018-2019 eğitim öğretim yılında tamamlanmaması durumunda Müdürlüğümüzden tekrar izin alınması gerekmektedir.

Araştırmada Müdürlüğümüz tarafından onaylanarak gönderilen veri toplama araçları kullanılacak olup, araştırma sonucunun CD ortamında iki nüsha olarak Müdürlüğümüze gönderilmesi gerekmektedir.

Bilgilerinizi ve adı geçene tebliğini arz ederim.

Mukadder GÜRİSOY
İl Millî Eğitim Müdürü

Ek:

- 1-Veli Onay Formu (1 Sayfa)
- 2-Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu (1 Sayfa)

Güvenli Elektronik İmza ile
Aslı ile Aynıdır.
26 Aralık 2018

Akçeşme Mah.Garaj Cad. No: 4 Karatay/KONYA
Elektronik Ağ: <http://konya.meb.gov.tr>
e-posta: istatistik42@meb.gov.tr

Ayrıntılı bilgi için : Abdurrahman KAYNAK - Şef
Ali Naci IŞIK VHKİ
Tel: (0 332) 353 30 50 - Faks : (0 332) 351 59 40

Bu evrak güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır. <https://evraksorgu.meb.gov.tr> adresinden 6744-8c7b-3fd1-9763-21d1 kodu ile teyit edilebilir.

Ek-2: Veli Onam Formu

Sayın Veli,

Çocuğunuzun katılacağı bu çalışma, "Sosyal Bilgiler Dersinde Bilinçli Tüketicilik Eğitimine İlişkin Bir Eylem Araştırması" adıyla, İbrahim AKTAŞLI tarafından 11.03.2019-30.04.2019 tarihleri arasında yapılacak bir araştırma uygulamasıdır.

Araştırmanın Hedefi: Araştırmamızda bilinçli tüketicilikle ilgili çeşitli sınıf içi ve sınıf dışı etkinlikleri yapılarak 5. sınıf öğrencilerinin bilinçli tüketicilikle ilgili değerleri, becerilerini geliştirmeleri ve temel kavramları öğrenmeleri hedeflenmektedir. *Araştırma uygulaması, görüşme ve gözlem şeklinde yürütülecektir.*

Araştırma T.C. Milli Eğitim Bakanlığı'nın ve okul yönetiminin de izni ile gerçekleştirilmektedir. Araştırma uygulamasına katılım tamamıyla gönüllülük esasına dayalı olmaktadır. Çocuğunuz çalışmaya katılıp katılmamakta özgürdür. Araştırma çocuğunuz için herhangi bir istenmeyen etki ya da risk taşımamaktadır. Çocuğunuzun katılımı tamamen sizin isteğinize bağlıdır, reddedebilir ya da herhangi bir aşamasında ayrılabilirsiniz. Araştırmaya katılmamama veya araştırmadan ayrılma durumunda öğrencilerin akademik başarıları, okul ve öğretmenleriyle olan ilişkileri etkilemeyecektir.

Çalışmada öğrencilerden kimlik belirleyici hiçbir bilgi istenmemektedir. Cevaplar tamamıyla gizli tutulacak ve sadece araştırmacılar tarafından değerlendirilecektir.

Uygulamalar, genel olarak kişisel rahatsızlık verecek sorular ve durumlar içermemektedir. Ancak, katılım sırasında sorulardan ya da herhangi başka bir nedenden çocuğunuz kendisini rahatsız hissederse cevaplama işini yarıda bırakıp çıkmakta özgürdür. Bu durumda rahatsızlığın giderilmesi için gereken yardım sağlanacaktır. Çocuğunuz çalışmaya katıldıktan sonra istediği an vazgeçebilir. Böyle bir durumda veri toplama aracını uygulayan kişiye, çalışmayı tamamlamayacağını söylemesi yeterli olacaktır. Anket çalışmasına katılmamak ya da katıldıktan sonra vazgeçmek çocuğunuza hiçbir sorumluluk getirmeyecektir.

Onay vermeden önce sormak istediğiniz herhangi bir konu varsa sormaktan çekinmeyiniz. Çalışma bittikten sonra bizlere telefon veya e-posta ile ulaşarak soru sorabilir, sonuçlar hakkında bilgi isteyebilirsiniz. Saygılarımızla,

Araştırmacı : İbrahim AKTAŞLI

İletişim bilgileri :

*Velisi bulunduğum sınıfı numaralı öğrencisi
.....'ın yukarıda açıklanan araştırmaya katılmasına izin veriyorum.
(Lütfen formu imzaladıktan sonra çocuğunuzla okula geri gönderiniz*).*

.../.../.....

Velî Adı-Soyadı :

Telefon Numarası :

İmza

Ek-3: Ön Bilgi ve Son Bilgi Değerlendirme Formu

A. Aşağıda yer alan kavramları açıklayınız.

1-Tüketici:

2-Bilinçli tüketici:

3-Tüketici hakları:

4-Bütçe:

6-Ayıplı mal:

B. Aşağıda bilinçli tüketicilik kavramları ile ilgili bazı bilgiler verilmiştir. Lütfen bilgilerin doğru ya da yanlış olduğunu X işareti koyarak gösteriniz.

No	İfadeler	Doğru	Yanlış
1.	Ürünün kalitesini anlamak için reklamları izlemek yeterlidir.		
2.	"Ayağını yorganına göre uzat." atasözü, bilinçli alışveriş yapmanın önemini vurgulamaktadır.		
3.	Aldığımız ürünün etiket fiyatı ile kasa fiyatı arasında fark varsa kasa fiyatını öderiz.		
4.	Alışveriş yapan her insan tüketici haklarından faydalanabilir.		
5.	Tüketici hakları alıcıyı her zaman haklı çıkarır.		
6.	Satın aldığımız bir ürünle ilgili sorun yaşadığımızda Tüketici Hakları Hakem Heyeti'ne dilekçe yazarak başvuruda bulunabiliriz.		

C. Kutucuklardaki kelimeleri, aşağıda verilen boşluklardaki uygun (doğru) yerlere yazınız.

kullanım kılavuzu	taksitli	garanti belgesi	tüketici	TSE	dağıtım
Son kullanma	haklarına	ihtiyaç listesi	peşin	tüketim	TDK

1. Alışverişe çıkmadan önce mutlaka yapmalıyız. Böylece hem alınacak ürünler unutulmaz hem de gereksiz ürün alınmamış olur.
2. Bilinçli bir tüketici, sahip çıkar.
3. Satıcının malın teslimini üstlendiği, tüketicinin ücretini kısım kısım ödediği satış türü satıştır.
4. Bir ürünün tüketilmesi için verilen maksimum süreye tarihi denir.
5. Tüketicilerin haklarının korunması için bütün dayanıklı ev aletleriyle birlikte verilmek zorundadır.
6. Bir ürün ya da hizmetten yararlanan, onu satın alan veya kullanan kişiye denir.
7. Bilinçli bir tüketici, aldığı ürünlerde damgasının olmasına dikkat eder.
8. Tüketici haklarından faydalanabilmek için ürünleri doğrultusunda kullanmamız gerekir.

D. Aşağıda 12 adet çoktan seçmeli soru yer almaktadır. Her sorunun bir cevabı bulunmaktadır. Lütfen soruları dikkatlice okuyarak cevaplayınız.

1. Aşağıdakilerden hangisi alışveriş sırasında yapmamız gerekenlerden biri değildir?

- A) Mutlaka fiş ya da fatura almak
- B) Etiket fiyatına bakmadan ürünü almak
- C) Ürünlerin son kullanma tarihine bakmak
- D) Ürünlerin kusuru olup olmadığına bakmak

2. Satın alığımız ürünün üzerinde bulunan bazı bilgiler bize o ürünün güvenilirliğini anlatmaktadır.

Aşağıdakilerden hangisi diğerlerine göre daha güvenilir olma özelliği taşır?

- A) TSE damgası
- B) Üretim yeri
- C) Üretim tarihi
- D) Son kullanım tarihi

3. Etiketinde, ambalajında, reklamında belirli kurallara uyulmayan, hatalı ve eksik ürünlerle karşılaşmaktadır. Ayıplı ürünler de bu ürünler arasında yer almaktadır.

Aşağıdakilerden hangisi ayıplı bir ürün ile karşılaşan bilinçli bir tüketicinin davranışı olamaz?

- A) Ürünü yenisi ile değiştirmek
- B) Ürünün iadesini talep etmek
- C) Üründeki ayıbı görmezden gelmek
- D) Ürünü tamir edilmesi için geri göndermek

4. Genel Ağ (internet) üzerinden yapılan alışverişlere sanal alışveriş denir. Bu alışverişlerde kredi kartıyla ödeme seçeneği olabileceği gibi kapıda ödeme imkânı da vardır.

Buna göre aşağıdakilerden hangisi sanal alışveriş sırasında dikkat etmemiz gereken konulardan değildir?

- A) Kullanıcı yorumları
- B) Sitenin güvenilir olması
- C) İade garantisinin olması
- D) Siteye bağlanma hızı ve süresi

5. Osman marketten aldığı meyve suyunun tadının her zamankinden farklı olduğunu anlayınca ürünün son kullanma tarihine bakmış ve ürünün son kullanma tarihinin bir hafta önce bittiğini fark etmiştir.

Bu durum karşısında Osman'ın yapması gereken aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Meyve suyunu dökmelidir.
- B) Başka marka bir meyve suyu almalıdır.
- C) Ürünü çöpe atmalı ve ürünün yenisini almalıdır.
- D) Ürünün fişini yanına alarak ürünün değişimini talep etmelidir.

6. Aşağıdakilerden hangisi alışveriş öncesinde hazırlanan ihtiyaç listesinde yer almaz?

- A) Çay bardağı
- B) Sebze ve meyve
- C) Kira ödemesi
- D) Yumurta

7. Tüketicinin gıda güvenilirliği ile ilgili her türlü ihbar ve şikâyetle ilgili merciye kolay bir şekilde ulaşabilmesi, iletişimin tek merkezden yönlendirilmesi, tüketiciye en kısa zamanda dönüş yapılabilmesi ve sonucun takibi amacıyla kurulmuş yardım hattıdır.

Yukarıda bilgisi verilen tüketici gıda hattının numarası nedir?

- A) Alo 155
- B) Alo 182
- C) Alo 174
- D) Alo 112

8. Eda Hanım Genel Ağ (internet) üzerinden uzun zamandır istediği televizyonu satın almıştır. Kargosu geldiğinde paketi açmış ve televizyon ekranının kırık olduğunu görmüştür.

Eda Hanım'ın bu sorun karşısında aşağıdakilerden hangisini yapması gerekir?

- A) Ürünün yenisi ile değiştirilmesini talep etmelidir.
- B) Televizyonun ekranını tamir ettirmelidir.
- C) Televizyonun satış fiyatından indirim yapılmasını talep etmelidir.
- D) Ürünün ekranının tamir edilmesini talep etmelidir.

9. Elif: Her alışveriş sonunda mutlaka fiş alırım.

Can: Marka ürünleri tercih ederim.

Pınar: İhtiyaçlarım, isteklerimden önce gelir.

Ozan: İndirimleri hiç kaçırmaz, ne var ne yok alırım.

Yukarıdaki tüketicilerden hangileri bilinçli tüketici olma özelliğini taşır?

- A) Can ve Ozan
- B) Elif ve Can
- C) Pınar ve Ozan
- D) Elif ve Pınar

10. I. Barınma

II. Oyuncak alma

III. Yeme-içme

IV. Geziye gitme

Yukarıdakilerden hangisi ya da hangileri zorunlu ihtiyaçlarımızdandır?

- A) I ve II
- B) I ve III
- C) II ve III
- D) II ve IV

11. Ülkemizde tüketici olarak haklarımız koruma altındadır. Olumsuz bir durumla karşılaştığımızda birçok kurum ve kuruluşla başvurabiliriz. Bu kurum ve kuruluşlar haklarımız çerçevesinde bize yardımcı olur.

Bu hakları koruyan kurumlardan biri olan Tüketici Hakları Hakem Heyeti'ne başvuru ile ilgili verilen bilgilerden hangisi yanlıştır?

- A) Fiş veya faturanın sunulması
- B) Dilekçe yazılması
- C) Şikâyet edilen yerin bilgilerinin sunulması
- D) Bozuk ya da ayıplı malın aslının götürülmesi

12. I. Son kullanma tarihine
II. Garanti belgesine
III. Kusurlu olup olmadığına

Bilinçli bir tüketici alışveriş yaparken ürünün yukarıda verilen hangi özelliklerine bakmalıdır?

- A) Yalnız I B) I ve II C) II ve III D) I, II ve III

Ek-4: İhtiyaç mı İstek mi Etkinliği

Aşağıda yer alan ürün veya hizmetlerin ihtiyaç mı istek mi olduklarını ilgili yerlere işaretleyiniz.

Sıra	Ürün veya hizmet	İhtiyaç	İstek
1	Eğitim almak		
2	Tiyatroya gitmek		
3	Araba almak		
4	Hikâye kitabı almak		
5	Okul çantası almak		
6	Sinemaya gitmek		
7	Yurt dışında geziye katılmak		
8	Konsere gitmek		
9	Kaban almak		
10	Yeni bir ev daha almak		
11	Paten almak		
12	Çikolata almak		
13	Süt almak		
14	Lunaparka gitmek		

Siz alışverişlerinizde ihtiyaçlarınıza mı isteklerinize mi öncelik verirsiniz? Neden?

Yukarıdaki listeden sizin için önemli olan 5 ihtiyacı önem sırasına göre yazınız.

Ek-5: İhtiyaç Listesi Hazırlama Etkinliği

İhtiyaç, karşılanmadığı zaman acı ve üzüntü; karşılandığı zaman mutluluk, zevk ve haz veren bir duygudur. İnsanlar, yaşamlarını devam ettirebilmek için yemek, içmek, barınmak, giyinmek gibi temel ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla belirli bir çaba içerisinde girerler. Acıktıkları zaman bir şeyler yemek, susadıkları zaman su içmek, üşüdükleri zaman ısınmak, açıkta kaldıkları zaman barınmak, çalışmaktan yorulunca dinlenmek, korktukları zaman korunmak isterler.

Bilinçli tüketiciler, alışverişe çıkmadan önce ihtiyaç listesi hazırlarlar. Bu listeye ve aile bütçesine uygun olarak alışveriş yaparlar.

Siz de alışveriş için bir ihtiyaç listesi hazırlayınız. Hazırladığımız ihtiyaç listesini arkadaşlarınızla karşılaştırarak tartışınız.

Sıra	İhtiyaç	Sıra	İhtiyaç
1		8	
2		9	
3		10	
4		11	
5		12	
6		13	
7		14	

Bu ihtiyaç listesini belirlemenizde nelerin etkili olduğunu yazınız.

İhtiyaçlarınız karşılandığında veya karşılanmadığında neler hissedersiniz?

Alışverişe çıkmadan önce bir ihtiyaç hazırlamanın yararları neler olabilir?

Ek-6: Aile Bütçesi Hazırlama Etkinliği

Bütçe, paranın nasıl kullanılacağıın planlanmasıdır. Aile bütçesi ise ailemizin gelir ve giderlerini gösteren listedir. Gelir veya kaynak, ailemizin belli bir süre içinde kazandığı paradır. Bir hizmet veya ürün karşılığı harcanan paraya ise gider denir. Bütçe, gelirlere göre hazırlanır. Her ailenin gelirine göre hazırlayacağı bir bütçesi olmalıdır. Aile bütçemizi hazırlarken gelir ve giderlerin denk olmasına dikkat etmeliyiz. Sorumsuzca hareket edip gelirlerinden daha fazla harcama yapan ailelerin borçlanmak zorunda kalacaklarını unutmamalıyız. Bu nedenle bütçemizin giderler bölümünde ev kirası, yakıt, elektrik, su gibi temel ihtiyaçlarımıza öncelik vermeliyiz.

Siz de ailenizle birlikte aylık bir bütçe planı hazırlayınız.

AİLE BÜTÇENİZ

Aylık Gelirlerin Toplamı:		
Sıra	Ailenin İstek ve İhtiyaçları	Aylık Toplam Gider
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		
11		
12		
13		
14		
15		
16		
17		
TOPLAM:		

Ek-7: Piyasa Araştırması Etkinliği

Aşağıdaki formda yer alan ürünlerin farklı satış yerlerindeki fiyatlarını araştırarak ilgili forma yazınız. Araştırma sonunda elde ettiğiniz ürün fiyatlarını karşılaştırınız.

Sıra	Ürün	A Satış Yeri	B Satış Yeri	C Satış Yeri
1	Çay			
2	Süt			
3	Zeytin yağı			
4	Yoğurt			
5	Pirinç			
6	Şeker			
7	Un			
8	Domates			
9	Salatalık			
10	Biber			

Ek-8: Bilinçli Tüketicilik Öğrenci Eğilimlerini Belirleme Soruları

1- Haftalık ne kadar harçlık alıyorsun?

2- Bir şey satın alırken nelere dikkat ediyorsun?

3- Para biriktiriyor musun?

4- Biriktirebildiğiniz para ile neler alırsın?

5- Alışverişe kiminle gidersin? Neden?

6- Paranı en çok nelere harcarsın?

7- Yeterli paran olsaydı neler almak isterdin?

8- Yiyecek, içecek gibi gıda ürünlerini en çok nereden alırsın?

9- Aldığın ürün bozuk, bayat veya son kullanma tarihi geçmiş olursa ne yaparsın?

10- Alışveriş yaparken neden fatura ya da fiş almalıyız?

Ek-9: Veli Görüşmeleri (Aile Tüketim Eğilimlerini Belirleme)

1- Alışveriş öncesi ihtiyaç listesi hazırlar mısınız?

2- Alışveriş listesini neden hazırlarsınız? Açıklar mısınız?

3- Herhangi bir ürünü satın almadan önce fiyat araştırması yapıyor musunuz?

4- Fiyat araştırması yapıyorsanız neden yapıyorsunuz?

5- Fiyat araştırmasını nasıl yapıyorsunuz?

6- Bir ürünü satın alırken en çok nelere dikkat edersiniz?

7- Alışverişinizdeki ödemeleri nasıl yaparsınız? (Peşin, taksit, kredi kartı vb.)

8- Gıda ürünlerini satın alırken son kullanma tarihi, yerli üretim olması vb. özelliklere dikkat eder misiniz? Neden?

9- Gıda alışverişlerinizi nerelerden yapıyorsunuz? Neden? (Pazar, market, bakkal)

10- Giyim alışverişlerinizi nerelerden yapıyorsunuz? Neden? (Pazar, mağaza, internet)

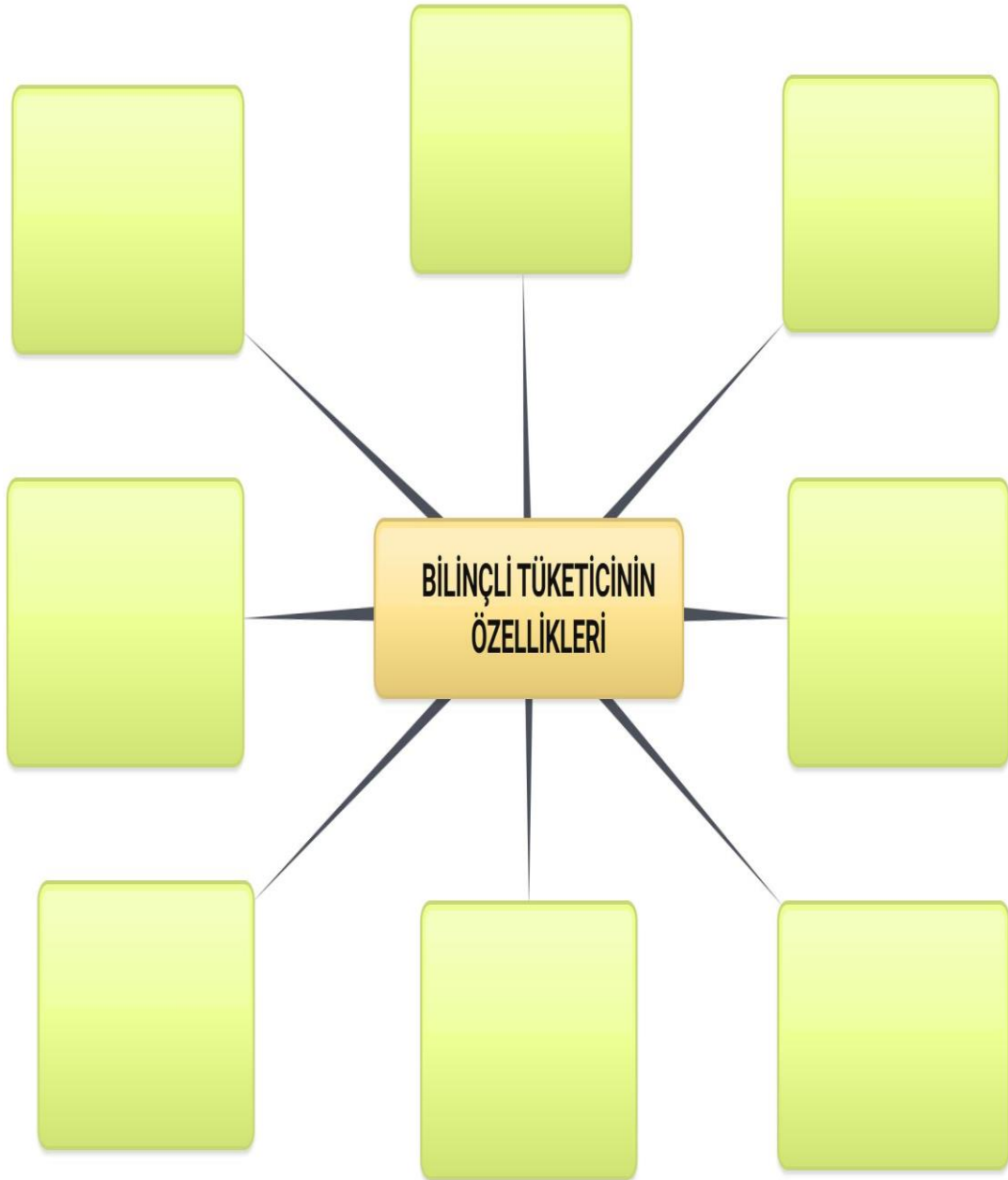
11- Geliriniz ihtiyaçlarınızı ne ölçüde karşılıyor?

12- Birikim yapabiliyor musunuz? Neden?

13- Tasarruf hakkında ne düşünüyorsunuz? Tasarruf yapabiliyor musunuz?

Ek-10: Bilinçli Tüketicinin Özellikleri Etkinliği

Aşağıda yer alan kutucuklara bilinçli tüketicinin özelliklerini yazınız.



Ek-11: Logo ve Amblem Çalışması Etkinliği



Yukarıda yer alan logo ve amblemlerin ne ifade ettiklerini açıklayınız.

Numara	Açıklamalar
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	

Ek-12: Bilinçli Tüketecilik Görsel Yorumlama

Aşağıda yer alan görsellerle ilgili düşüncenizi yazınız.



Düşünceniz:



Düşünceniz:



Düşünceniz:

Ek-13: Bilinçli Tüketici Karikatürü Yorumlama

Sevgili arkadaşımız Mehmet babası ile birlikte alışveriş yapmaya çıkmıştır. Alışveriş sırasında reyonda evindeki oyuncuğun farklı bir rengini gören Mehmet ürünü alıp almama konusunda kararsızlık yaşamaktadır.

Bilinçli bir tüketici olan Mehmet bu durumda sizce ne yapmalıdır? Gerekçesi ile açıklayınız.

Ek-14: Bilinçli Tüketici Kavram Bulmacası (Kavram Bulma)

S	A	M	B	A	L	A	J	L	I	Ü	R	Ü	N	A	T
O	F	G	A	L	I	Ş	V	E	R	İ	Ş	Z	Ü	H	Ü
N	F	E	G	H	D	Ü	İ	D	Ş	N	A	T	O	K	K
K	P	D	E	B	Ü	T	Ç	E	A	Ö	Ş	Ü	P	F	E
U	A	İ	H	Ö	L	S	J	K	L	R	Ğ	K	Ö	İ	T
L	Y	L	A	İ	T	A	K	S	İ	T	Y	E	M	Y	İ
L	I	E	P	F	G	Ş	Z	I	Ğ	A	Ç	T	İ	A	C
A	P	K	T	İ	S	T	E	K	R	B	K	İ	A	T	İ
N	L	Ç	J	A	E	B	R	F	İ	Ş	O	C	D	E	H
M	I	E	Z	C	O	Ü	L	Ş	R	C	J	İ	E	T	A
A	M	Ğ	B	İ	H	T	İ	Y	A	Ç	K	C	Z	İ	K
T	A	Ü	R	T	Ö	S	İ	P	A	R	İ	Ş	A	K	E
A	L	E	T	S	E	D	A	M	G	A	S	I	Ğ	E	M
R	B	O	J	B	O	V	Y	J	E	F	Y	P	J	T	H
İ	Ğ	C	A	Y	M	A	H	A	K	K	I	L	V	İ	E
H	E	K	L	E	P	E	K	E	F	İ	M	İ	B	F	Y
İ	F	S	A	Ğ	L	I	K	L	I	G	I	D	A	K	E
R	T	B	J	İ	K	A	L	İ	T	E	Y	E	K	V	T
T	Ü	K	E	T	İ	C	İ	H	A	K	L	A	R	I	İ
Y	V	İ	M	A	L	Ç	R	V	B	S	A	T	I	C	I
E	P	Ö	B	E	A	L	F	A	T	U	R	A	P	K	P
G	A	R	A	N	T	İ	B	E	L	G	E	S	İ	Ş	V

Bulmacada Kullanılacak Kavramlar

SON KULLANMA TARİHİ	TÜKETİCİ	TSE DAMGASI	DİLEKÇE
AMBALAJLI ÜRÜN	İHTİYAÇ	FATURA	KALİTE
TÜKETİCİ HAKLARI	İSTEK	FİŞ	TAKSİT
GARANTİ BELGESİ	BÜTÇE	MAL	İADE
TÜKETİCİ HAKEM HEYETİ	AYIPLI MAL	SAĞLIKLI GIDA	SİPARİŞ
FİYAT ETİKETİ	CAYMA HAKKI	ALİŞVERİŞ	SATICI

Ek-15: Kavram Kartları Etkinliği

Alışveriş öncesi, alınması düşünölen gerekli ürünlerin belirtildiği listeye verilen ad.	Satın aldığımız bir ürünün sağlıklı ve kaliteli bir şekilde en son kullanılabilceği tarihtir.	Satıcının malın teslimini üstlendiği, tüketicinin ücreti kısm kısm ödediği satış türüdür.
Genel Ağ ve telefon gibi iletişim araçlarıyla yapılan satışlar.	Ambalajında, etiketinde veya kullanma kılavuzunda yer alan veya satıcı tarafından vaat edilen özelliklere aykırı olan, eksiklik içeren mal.	Bir malın sağlamlığını bildiren, belli bir zaman içinde bozulacak olursa malın ücretsiz onarılacağı konusunda satıcının alıcıya verdiği belge.
Devletin, bir kuruluşun, bir ailenin ya da bir kimsenin ileriye dönük olarak bir süre için tasarladığı gelir ve giderlerini gösteren çizelge.	Tüketicinin gıda güvenilirliği ile ilgili her türlü ihbar ve şikâyette ilgili merciye kolay bir şekilde ulaşabilmesi, tüketicie en kısa zamanda dönüş yapılabilmesi ve sonucun takibi amacıyla kurulmuş hat.	Ürünlerin devlet tarafından koyulan kurallara uygun olarak üretildiğini gösteren işaret.
Bir isteği veya şikâyeti bildirmek amacıyla yazılmış, resmi bir makama sunulan yazı.	Alıcıya ürün veya hizmet sağlayan, satan kişi.	Satışa sunulan malların üzerindeki satış fiyatını gösteren etiket.
Tüketicinin Korunması hakkındaki Kanun gereğince, alıcıların teslimat tarihinden itibaren 14 gün içinde sebep göstermeden ve "kargo ücreti ödmeden" ürünleri iade etme hakkı.	Herhangi bir malı satın alarak kullanan, para karşılığı hizmetlerden yararlanan ve sahip olduğu tüketici haklarına uygun hareket eden kişi.	Herhangi bir mal veya hizmeti satın alan kişinin yasal olarak sahip olduğu haklar.

Aşağıda yer alan kavramları, açıklamalarının yapıldığı ifadelerin üzerine doğru bir şekilde eşleştiriniz.

TSE DAMGASI	FİYAT ETİKETİ	AYIPLI MAL
TÜKETİCİ HAKLARI	İHTİYAÇ LİSTESİ	BİLİNÇLİ TÜKETİCİ
CAYMA HAKKI	MESAFELİ SATIŞ	DİLEKÇE
SON KULLANMA TARİHİ	147 ALO GIDA HATTI	GARANTİ BELGESİ
BÜTÇE	SATICI	TAKSİTLİ SATIŞ

Ek-16: Bilinçli Tüketecilik Kavramları Anagram Bulmaca

1 IYLAPI LMA	2 CETİKÜİT IHLAKAR	3 147 ADGI AHTIT
4 TEBÜÇ	5 ITACSI	6 ŞFİ
7 EFELAMSİ AŞSIT	8 LİNİLBÇİ İKECTÜTİ	9 STE GASDMIA

Aşağıda yer alan ifadeleri okuyarak yukarıdaki anagram bulmacayı doldurunuz.

Kavram Numaraları	Açıklamalar
1	Ambalajında, etiketinde veya kullanma kılavuzunda yer alan veya satıcı tarafından vaat edilen özelliklere aykırı olan, eksiklik içeren mal.
2	Herhangi bir mal veya hizmeti satın alan kişinin yasal olarak sahip olduğu haklar.
3	Tüketicinin gıda güvenilirliği ile ilgili her türlü ihbar ve şikâyetle ilgili merciye kolay bir şekilde ulaşabilmesi, tüketiciye en kısa zamanda dönüş yapılabilmesi ve sonucun takibi amacıyla kurulmuş hat.
4	Devletin, bir kuruluşun, bir ailenin ya da bir kimsenin ileriye dönük olarak bir süre için tasarladığı gelir ve giderlerini gösteren çizelge.
5	Alıcıya ürün veya hizmet sağlayan, satan kişi.
6	Alışverişlerde ödenen paranın miktarını, vergilerini, alışverişin yapıldığı tarihi gösteren belge.
7	Genel Ağ ve telefon gibi iletişim araçlarıyla yapılan satışlar.
8	Herhangi bir malı satın alarak kullanan, para karşılığı hizmetlerden yararlanan ve sahip olduğu tüketici haklarına uygun hareket eden kişi.
9	Ürünlerin devlet tarafından koyulan kurallara uygun olarak üretildiğini gösteren işaret.

Ek-17: Bilinçli Tüketicinin Özellikleri (Yapılandırılmış Grid Çalışması)

1	2	3
Satın alınacak ürünlerin üzerinde TSE damgası olmasına özen gösterir.	Dayanıklı tüketim mallarını satın aldıktan sonra garanti belgelerini satıcıya onaylatır.	Alışverişlerinde isteklerine öncelik verir.
4	5	6
Satın almayı düşündüğü ürünlerle ilgili fiyat araştırması yaparken kullanıcı yorumlarını dikkate almaz.	Aile bütçesini aşmayacak şekilde hareket eder.	Televizyon, gazete ve Genel Ağ üzerinde yayınlanan reklamlardaki bütün ürünlerin güvenilir ve kaliteli olduğunu bilir.
7	8	9
Satın alınacak mal veya hizmetlerin uygun fiyatlı olmasının yeterli olduğunu düşünür.	Alışverişinde kasa fiyatı, etiket fiyatından daha yüksek çıkarsa kendi lehine olan fiyatın geçerli olduğunu bilir.	Mesafeli satış üzerinden satın olduğu mal veya hizmetlerle ilgili cayma hakkına sahip olduğunu bilir.
10	11	12
Gıda ürünlerinin ambalajlarının yırtık, hasarlı veya açık olmamasına özen gösterir.	Satıcıya veya hizmet sağlayan kişiyle sorunun çözülemediği durumlarda Tüketici Hakları Hakem Heyetine başvurur.	Tüketici Hakları Hakem Heyeti'ne başvururken yanında mutlaka satın olmuş olduğu ürünü götürür.

Yukarıda bilinçli tüketicilikle ilgili olumlu ve olumsuz özelliklere yer verilmiştir. Bilinçli tüketicilikle ilgili verilen ifadelerden;

1. Hangileri bilinçli tüketicinin özelliklerindendir?

2. Hangileri bilinçli tüketiciye ait olmayan özelliklerdir?

Ek-18: Ayıplı Mal Karikatürü Yorumlama

Günlük hayatta aşağıdaki karikatürdeki gibi ayıplı mal ile karşılaşan tüketiciler neler yapmalıdır? Yazınız.

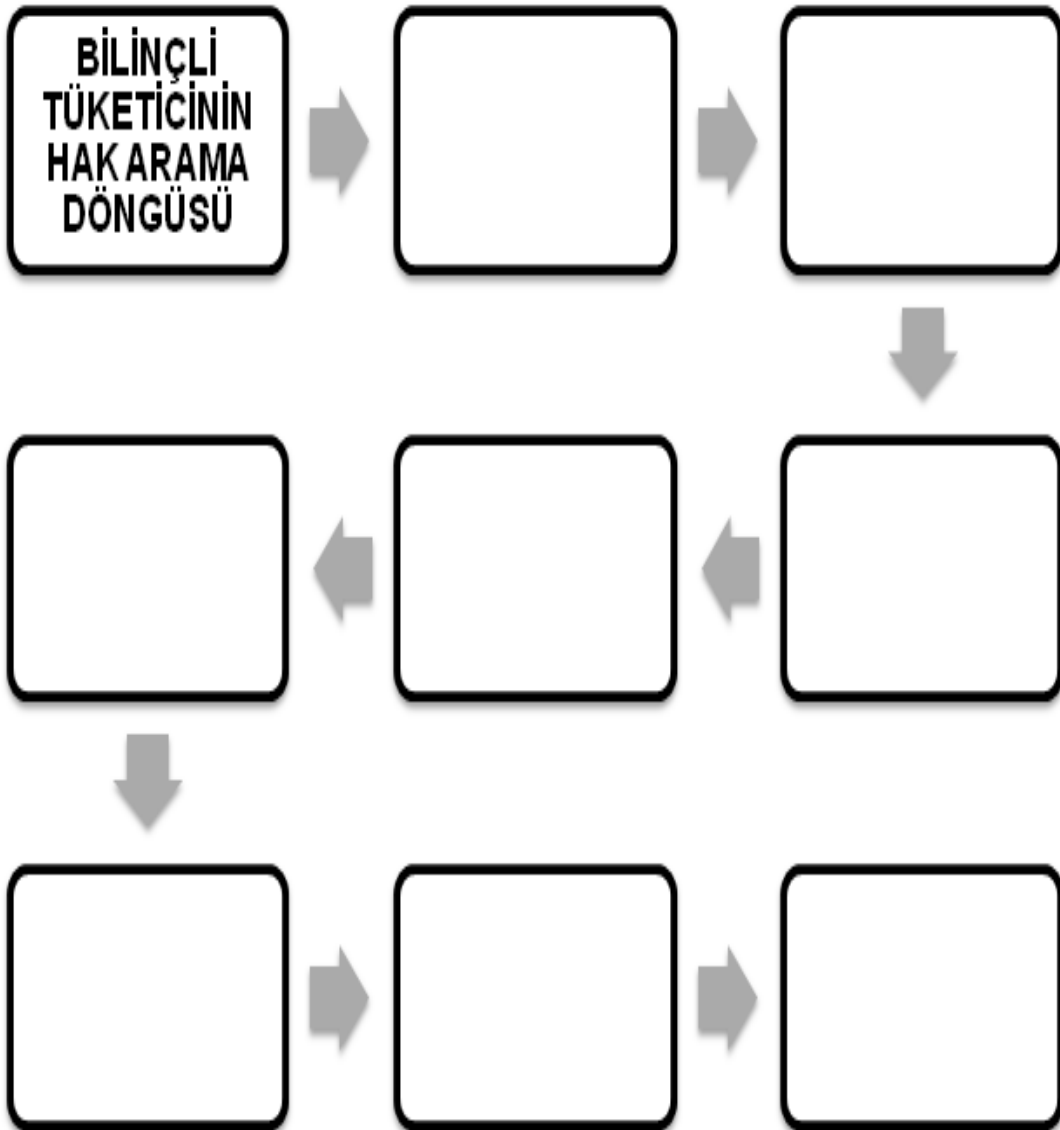


Düşünceniz:

Ek-19: Hak Arama Döngüsü Etkinliği

Bilinçli tüketici, bir ürün ya da hizmeti satın alırken temel ihtiyaçlarına öncelik veren, satın alacağı mal ve hizmetlerin kaliteli, güvenli, standardı yüksek, sağlıklı ve çevre dostu olmasına dikkat eden, tüketici olarak haklarını bilen, haklarına sahip çıkan ve savunan, medyanın ve reklâmların etkisinde kalarak yanlış tercihler yapmayan, israftan kaçınan duyarlı bir bireydir.

Siz de bilinçli bir tüketicinin özelliklerini dikkate alarak aşağıda yer alan kutucukların içine örnek bir hak arama döngüsü oluşturunuz.



Ek-20: Yarı Yapılandırılmış Senaryo Tamamlama Etkinliği

Aşağıda, satın alınan ürünlerle ilgili çeşitli durumlar verilmiştir. Öğrendiklerinizden yararlanarak bilinçli bir tüketicinin yapması gerekenleri yazınız.

1. Serkan Bey'in aldığı televizyon 6 ay sonra arızalanmıştır. Bunun üzerine Serkan Bey garanti belgesi ve faturayla birlikte ürünü satın aldığı yere gitmiştir. Ancak satıcı Serkan Bey'in sorunuyla ilgilenmemiştir. Serkan Bey'in yerinde olsaydınız ne yapardınız?

2. Hakan Bey marketten etiket fiyatı 8 TL olan peynirden almıştır. Marketten aldığı fişi kontrol ettiğinde peynirin fiyatının fişte 10 TL yazdığını görmüştür. Hakan Bey'in yerinde olsaydınız ne yapardınız?

Ek-22: Yapılandırılmış Görüşme Formu

1- Bilinçli tüketici deyince aklına ne geliyor?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2- Bilinçli bir tüketici olduğuna düşünüyor musun? Gerekçeleriyle açıklar mısın?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3- Anne ve babanın bilinçli tüketici olduğuna düşünüyor musun? Neden?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4- Aldığın bilinçli tüketicilik eğitimi sana neler kattı? Anlatır mısın?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

5- Bilinçli bir tüketici olarak yapacağın alışverişler konusunda farkındalık kazandığını düşünüyor musun? Nasıl?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ÖZGEÇMİŞ



T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürlüğü



Adı Soyadı:	İbrahim AKTAŞLI	İmza:	
Doğum Yeri:	Bozkır		
Doğum Tarihi:	27.11.1985		
Öğrenim Durumu			
Derece	Okulun Adı	Program	Yer
İlköğretim	Atatürk İlköğretim Okulu	İlkokul	Konya
Ortaöğretim	Bozkır Anadolu Lisesi	Ortaokul	Konya
Lise	Bozkır Anadolu Lisesi	Anadolu Lisesi	Konya
Lisans	Selçuk Üniversitesi	Sosyal Bilgiler Öğretmenliği	Konya
Yüksek Lisans	Necmettin Erbakan Üniversitesi	Sosyal Bilgiler Eğitimi	Konya
Becerileri:	Basketbol Antrenörlüğü, Amatör fotoğrafçılık, Araştırma.		
İlgi Alanları:	Fotoğrafçılık, basketbol, doğada yürüyüş.		
İş Deneyimi:	Devlet okullarında 11 yıllık öğretmen. Çeşitli kulüplerde 14 yıllık basketbol antrenörlüğü.		
Aldığı Ödüller:	Yetkili makamlarca verilmiş 1 adet başarı belgesi. Basketbol branşında alınan 6 adet başarı sertifikası.		
Hakkımda bilgi almak için önerebileceğim kişiler:	Prof. Dr. Cemal Güven Dr. Öğr. Üyesi İlker Dere		
Tel:	0507 707 9513		
Adres	Ferhuniye Mahallesi Sultanşah Caddesi 25/3 Selçuklu/KONYA		