

COMPARING MEDIA LITERACY LEVELS

OF STUDENT TEACHERS WHO TAKE AND DO

NOT TAKE THE MEDIA LITERACY COURSE

**Medya Okuryazarlığı Dersini Alan ve Almayan Öğretmen
Adaylarının Medya Okuryazarlık Düzeylerinin Karşılaştırılması**

Çağla ATMACA¹

Abstract

The easier it has become to reach information thanks to rapidly changing technology, the more important it has become to internalize the gathered data and interpret it. As educators of future, it is important for student teachers to assign meaning to data coming from media and behave accordingly. Therefore, this study aims to find out student teachers' frequency of internet access, watching TV and using social media, their media literacy levels as well as the differences between them in terms of receiving media literacy course. The groups of student teachers who received education in two different departments at a state university in Turkey were involved in the study. Thus, Turkish teacher candidates who received media literacy course and English teacher candidates who did not receive such a course were included and compared in the study. Based on quantitative research methods, this study employed a questionnaire which also included Media Literacy Level Scale. Excel programme and independent samples t-test via SPSS 18 were utilized in data analysis procedures. The gathered data reveal important insights into the student teachers' ways of following the news, their knowledge level of media literacy and their attitudes. Besides, there were statistically significant differences between the two groups of participants only in 2 items on the scale.

Keywords: *Media literacy, student teachers, teacher education, educational technology, pre-service teacher training, in-service teacher training.*

Özet

Hızla değişen teknoloji sayesinde bilgiye ulaşmak ne kadar kolaylaştıysa edinilen bilginin içselleştirilip yorumlanması da bir o kadar önemli hale gelmiştir. Geleceğin eğitimcileri olarak öğretmen adaylarının küresel dünyamızda medyadan gelen iletileri anlamlandırılmaları ve bunlarla ilgili olarak bir eylemde bulunmaları önem taşımaktadır. Dolayısıyla bu çalışma, Gazi Üniversitesi'nde eğitim gören ve medya okuryazarlığı dersini almış olan Türkçe öğretmeni adaylarının ve bu dersi almamış olan İngilizce öğretmeni adaylarının internete erişim, TV izleme ve sosyal medya kullanım sıklıkları, medya okuryazarlık düzeyleri ve medya okuryazarlığı dersi alıp almama durumlarına göre öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeylerindeki farklılıkları belirlemeyi amaçlamaktadır. Nicel araştırma yöntemine dayalı olan çalışmada, veri toplama aracı olarak Medya Okuryazarlığı Düzey Belirleme Ölçeğini de kapsayan anket kullanılmıştır. Veri analizinde ise Excel ve sosyal bilimler için istatistiksel programları (SPSS 18) işe koşularak bağımsız örneklemli t testi kullanılmıştır. Elde edilen sonuçlar, öğretmen adaylarının gündemi takip etme ve medyadan gelen iletilere dönük bilgi ve tutumları hakkında önemli ipuçları verirken kitle iletişim araçlarında yer alan mesajların doğruluğuna ve yanlışlığına karar verebilme ve kitle iletişim araçlarının bireyleri nasıl etkilediği konusunda yeterliliğe sahip olma açısından öğretmen adayları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar olduğunu göstermiştir.

¹ Araş. Gör., Dr. Pamukkale Üniversitesi, e-posta: caglaatmaca90@gmail.com

Anahtar Kelimeler: *Medya okuryazarlığı, öğretmen adayları, öğretmen eğitimi, eğitimsel teknoloji, hizmetöncesi öğretmen eğitimi, hizmetiçi öğretmen eğitimi.*

1. Giriş

Son yüzyılda bilişimde yaşanan atılımlar bireysel alışkanlıkları derinden etkilediği gibi hızla değişen teknolojiye de uyum sağlamayı, sürekli yenilenmeyi ve sorgulamayı da beraberinde getirmiştir (Demiralay & Karadeniz, 2009: 90). Kişi üzerinde zihin, duyu ve davranış bakımından çeşitli etkilere sahip olan medya ise toplumları önemli ölçüde etkileyen güçlerin arasında yer alır (Giddens, 2000: 20) çünkü medyanın bireyi sosyalleştirme görevi bulunmaktadır (Galician, 2004: 144).

Tarihsel bağlamda ele alındığında okuryazarlık ilköğretimden yükseköğretime kadar tüm eğitim aşamalarında önemli bir yer tutmaktadır. Öyle ki özelden genele düşünüldüğünde eğitimin ilk aşamalarında öğretilen eğik çizgileri, harfleri, harflerin oluşturduğu kelimeleri, kelimelerin oluşturduğu cümleleri ve cümlelerin oluşturduğu paragrafları anlamlandırma sürecini kapsayan okuryazarlık, eğitimin vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir (Thoman & Jolls, 2004: 18). Bu kavramlardan hareketle medya okuryazarlığının tüm medyayı kapsadığını ve sadece gazete yazısı gibi yazılı değil aynı zamanda sosyal medyadaki bir görsel, bir şarkı sözü ya da tişört üzerindeki slogan gibi çeşitli şekillerde karşımıza çıktığını belirtmek gerekir (Pekman, 2005: 18).

Geleceğin eğitimcileri olarak öğretmen adaylarının görüşlerinin son zamanlarda yapılan araştırmalara dâhil edilmesi önem arz etmektedir (Tschannen-Moran & Woolfolk Hoy, 2007; Carter, 2012) çünkü hizmet öncesi alınan eğitimin hizmet içi öğretim faaliyetlerini etkilediği bilinmektedir. Bu bağlamda öğretmen adaylarının aldığı eğitimin gelecekteki seçimlerini şekillendirebileceğini ve öğrenci başarısını etkileyebileceğini söylemem mümkündür. Dolayısıyla bu çalışma, medya okuryazarlığı dersini alan ve almayan iki farklı bölümdeki öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeylerini belirlemeyi ve aralarındaki farklılıkları ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır.

Medya okuryazarlığının anlaşılması için öncelikle medyanın tanımının iyi bilinmesi gerekmektedir. Medya bilgiyi ileten ve kapsayan çevreler olarak düşünüldüğünde (Andersen, 2002: 31) medya tanımı içerisine radyo, film ve televizyonun yanı sıra bilgisayar, internet, video oyunları, cep telefonları ve sosyal medya gibi öğeleri de eklemek mümkündür (Levin vd., 2004: 6). Kişiler iletişim kurma, bilgi edinme ve gündemden haberdar olma gibi farklı amaçlarla medyayı kullanırlar (Altun, 2014: 5). Dolayısıyla medya okuryazarlığını verilen medya eğitiminin bir çıktısı olarak düşünülmektedir (Tyner, 1998: 2-3). Medya okuryazarlığı çeşitli kitle iletişim araçlarına ulaşmayı, onları anlamayı ve yorumlamayı kapsamaktadır (Bawden, 2001: 220). Bu nedenle medya okuryazarlığı eleştirel düşünmeyi gerektirir (Thoman & Jolls, 2003: 21), bireyin farkındalığını artırır ve analiz ve tartışma kabiliyetini geliştirir (Kartal, 2007: 13).

Medya okuryazarlığının yapaylık, profesyonellik, anlam kalıpları, kodlanma ve ekonomiklik gibi bazı özelliklere sahiptir çünkü medya iletilerinin kurgulandığı, kendine özgü bir dil kullandığı, aynı iletinin farklı kişilerce farklı yorumlanabileceği, örtük değerlerin bulunduğu ve ticari amaca sahip olduğu düşünülmektedir (Kellner & Share, 2005: 374-377). Medya okuryazarlığının boyutlarına bakıldığında erişim, analiz, değerlendirme ve oluşum kavramlarıyla karşılaşmaktadır. Erişim kavramında ilgili kaynaklara ulaşabilme, analiz kavramında mesaj içeriklerini inceleme, değerlendirme kavramında mesaj ile kişisel deneyimler arasında ilişki kurarak yargıda bulunma ve

oluşum kavramında ise mesajla ilgili yeni mesaj ve iletiler oluşturmak kastedilmektedir (Thoman & Jolls, 2003: 28; Livingstone, 2003; Çakmak, 2012).

Yaşam boyu öğrenme amacını güden bireyler yetiştirmek için kullanılabilir araçlardan birisi; bilgiye ulaşma, bilgiyi analiz etme ve değerlendirme süreçlerini kapsayan bilgi okuryazarlığıdır (Akkoyunlu, 2008; Demiralay & Karadeniz, 2009; Karataş, 2008: 4). Bilgi ve teknoloji alanında değişimlere hızla ayak uydurması beklenen toplumlarda medyanın ayırt edici en önemli özelliğinin bireylerdeki bilinçlilik düzeyi olduğu görülmüştür (Erdoğan, 2012). Bu nedenlerden dolayı bilgi okuryazarlığı içerisinde yer alan medya okuryazarlığı bir lüks olmaktan çıkıp gereklilik haline gelmiştir (Karl, 1974: 9). Yeşil ve Korkmaz (2008) tarafından yapılan çalışmada ise bilgi okuryazarlığının bir parçası olan televizyon okuryazarlığı üzerinde durulmuştur. Televizyonun amacına uygun kullanabilmenin ve etik kurallar çerçevesinde hareket eden bireyler yetiştirmenin önemi vurgulanmıştır.

Türkiye’de medya okuryazarlığı dersi 2007-2008 öğretim yılında seçmeli ders olarak müfredatta yerini almıştır (Çelik, 2008: 221-222). Bu dersin tek başına mı yoksa Türkçe dersi gibi başka derslerle ilişkilendirilerek mi verilmesinin daha etkili olacağı konusunda tartışmalar yaşanmaktadır (Çakmak & Altun, 2013: 153). Ancak bu dersin istenen düzeyde etki yaratmadığı ve disiplinler arası bir anlayışla geliştirilebilecek bir beceri olduğu sonucuna varılmıştır (Altun, 2014: 6). Buna ek olarak, bu dersin öğrenciler üzerindeki etkilerinin ve günlük hayata yansımalarının derinlemesine araştırılması gerekmektedir. Öğretmen eğitimi bu anlamda araştırılması gereken alanlardan birisidir. Yapılan bir çalışmada öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeylerinin yüksek olduğu bulunmuştur. Ayrıca bilgisayara sahip olmanın, internete erişim sağlamanın ve düzenli gazete takip etmenin medya okuryazarlık düzeyini anlamlı ve olumlu bir şekilde etkilediği bulunmuştur (Karataş, 2009). Medyanın yabancı dil öğrenimindeki katkısını göz ardı etmemek gerekir çünkü yapılan bir araştırma televizyonlarda yer alan bazı dizilerin yabancı dil eğitiminde etkili bir materyal olarak kullanılabilirliğini göstermiştir (İşcan & Aktürk, 2014).

Verilen bir ödevde öğrencilerin referans gösterme şekillerinin incelendiği bir çalışmada ise 6. Sınıf Sosyal Bilgiler dersi alan 56 öğrenciden %52’i ödev raporlarında referans göstermeden ve doğrudan alıntı yaparak internet kaynaklarını kullanırken, %32’si referans göstererek doğrudan alıntı yapmıştır. Çalışmaya katılan öğrencilerden yalnızca %7’si internet kaynaklarını doğrudan alıntı yapmadan kullanmış ve referans göstermiştir. Bu da öğrencilerin büyük çoğunluğunun ödevlerinde internet kaynaklarını usulsüz kullandığını göstermektedir (Özdener & Er, 2012). Bu anlamda medya okuryazarlığı devreye girmektedir çünkü öğrenciler medyadan nasıl yararlanılması gerektiği ve etik ilkeler çerçevesinde nasıl davranılması gerektiği konusunda bilgilendirilmelidir. Ailelere ve eğitimcilere çocukları internet konusunda bilinçlendirmede önemli rol düşmektedir. Ancak ebeveynlerin çocukların internet karşısında karşılaşılabileceği riskleri azımsadıkları ve önlem olarak sadece uyarma ve öğüt verme yöntemine başvurdukları bulunmuştur (Karakuş, Kurşun, & Çağiltay, 2012). Çocukların vakitlerini geçirdiği yerlerden birisi de okul olduğu için okulda alınan eğitimin de çocukların medya okuryazarlığına ilişkin bir bilinç oluşturmada ve farkındalık kazanmalarına yardımcı olacağından okullardaki medya okuryazarlığı dersinin uygulamadaki durumunu ele almak faydalı olacaktır. Bu bağlamda Kesici ve Kızılkaya (2016), medya okuryazarlığı dersini veren 10 sosyal bilgiler öğretmeni ile yapmış oldukları görüşmelerde; ilgili öğretmenlerin yarısının bu dersle ilgili herhangi kursa katılmamış olduğunu fakat çoğunun kendini bu konuda yeterli hissettiğini, bu dersi işlemek için okullarda özel bir sınıf bulunmadığını, ders kitabında bazı eksiklikler olduğunu ve öğrencilerin bazı kavramları anlamakta güçlük çektiğini tespit etmiştir.

Yapılan ilgili çalışmalara bakıldığında medya okuryazarlığı konusunda öğretmen adayları üzerinde yapılan daha çok çalışmaya ihtiyaç olduğu görülmüştür. Dolayısıyla medya

okuryazarlığının öğretmen eğitimindeki rolünü vurgulamak ve öğretmen adayları arasındaki farklılıkları araştırmak gerekmektedir. Bu araştırmayı önceki araştırmalardan ayıran en önemli nokta pilot uygulama olarak medya okuryazarlığı dersini alan ve almayan, farklı bölümlerde eğitim gören sadece 3. sınıf öğretmen adaylarının varlığıdır. Bu sayede karşılaştırma yapma imkanı yakalamak ve alınan medya okuryazarlığı dersinin öğretmen adaylarının medya okuryazarlık seviyelerine olan etkilerini belirlemek mümkün olmuştur.

Medya okuryazarlığı konusundaki literatürde yer alan çalışmalardan hareketle, bu çalışmada aşağıdaki araştırma sorularına cevap aranacaktır:

- 1-Öğretmen adaylarının internete erişim, TV izleme ve sosyal medya kullanım sıklıkları nelerdir?
- 2-Öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeyleri nelerdir?
- 3-Medya okuryazarlığı alan ve almayan öğretmen adayları arasında medya okuryazarlığı açısından anlamlı farklılık var mıdır?

2.Yöntem

Bu çalışmada öğretmen adaylarının gündemi takip etme araçları, medya okuryazarlık düzeyleri ve medya okuryazarlık dersininin bu düzeyler üzerindeki etkisi bulmayı amaçlamaktadır. Dolayısıyla çalışmada betimleyici araştırma modeli kullanılmıştır. Çalışma sayısal verileri ve çeşitli frekans tablolarını içerdiği için araştırmada nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Anketin ilk bölümünde çeşitli kişisel bilgiler istenmektedir. İkinci bölümünde ise Karataş ve Karaman (2009) tarafından geliştirilen Medya Okuryazarlığı Düzey Belirleme Ölçeği bulunmaktadır. Bu anket 3 bölümden oluşmaktadır. İlk bölüm "Bilgi Sahibi Olmak", ikinci bölüm "Analiz Edebilme ve Tepki Oluşturabilme" ve son bölüm "Yargılayabilme, Örtük Mesajları Görebilme" ile ilgili maddeleri kapsamaktadır. Ankette bulunan 17 maddeden ilk 7 madde bilgi sahibi olmak, 8-13 arası maddeler analiz edebilme ve tepki oluşturabilme ve 14-17 arası maddeler yargılayabilme, örtük mesajları görebilme ile ilgilidir. Veri analizinde Excel programından ve istatistiksel bir programdan (SPSS 18) faydalanılmıştır. Medya okuryazarlığı dersini alan ve almayan öğrencilerin; bilgi sahibi olmak, analiz edebilme ve tepki oluşturabilme ve yargılayabilme, örtük mesajları görebilme maddeleri ekseninde aralarında istatistiksel olarak anlamlı fark olup olmadığını anlamak amacı ile bağımsız örneklem t-testi yöntemi uygulanmıştır. Bağımsız değişken olarak medya okuryazarlığı dersini almış olmak durumu esas alınmıştır. Bağımlı değişkenlerse medya okuryazarlık ölçeğinde bulunan 17 maddeden oluşmaktadır.

Çalışmanın geçerliği ve güvenilirliği için çeşitli yollara başvurulmuştur. Yapılan istatistiksel analiz sonucunda Cronbach Alpha yöntemine göre kullanılan ölçeğin güvenilirliği 0.887 olarak bulunmuştur. Bu tür hesaplamalarda 0.70'in alt sınırı olduğu kabul edildiğine göre (Dörnyei, 2007) araştırmada kullanılan ölçeğin güvenilir olduğu söylenebilir. Çalışmanın geçerliği içinse kullanılan giriş yazısı, kişisel bilgiler bölümü ve medya okuryazarlığı düzey belirleme ölçeğini içeren anket 4 alan uzmanına gönderilmiş ve gelen görüşler doğrultusunda sayfa yapısı, kişisel bilgiler bölümündeki bazı sorulardaki maddelerin aralıkları ve içeriği ve giriş yazısının içeriği gibi konularda düzenlemeye gidilmiştir. Dönütler doğrultusunda gözden geçirilen anket formu tüm alan uzmanlarına gönderilmiş ve tüm uzmanlar arasında tam görüş birliğine varılıncaya değin ilgili düzenlemeler devam etmiştir.

2.1 Katılımcılar

Araştırmaya bir devlet üniversitesinde öğrenim gören 3. sınıf öğretmen adayları katılmıştır. Medya okuryazarlığı dersinin pilot uygulama olarak yer aldığı ders yılı 3. ders

yılıdır ve bu pilot uygulama Türkçe öğretmenliği bölümünde gerçekleştirilmiştir. Bu dersi alan ve almayan öğretmen adaylarını karşılaştırmak adına Türkçe ve İngilizce öğretmeni adayları araştırmaya dâhil edilmiştir. Katılımcıların sosyo-demografik özellikleri araştırma bağlamında önemli olduğundan bu bilgiler aşağıdaki tablolarda sunulmaktadır.

Tablo 1

Katılımcıların Cinsiyeti

	Frekans (F)	Yüzdeler (%)
Kadın	98	80,3
Erkek	24	19,7
Total	122	100,0

Araştırmaya 98'i kadın ve 24'ü erkek olmak üzere toplam 122 kişi katılmıştır. Bu katılımcılardan 65'i İngiliz Dili Eğitimi A.B.D. ve 57'si Türkçe Öğretmenliği Bölümündeki 3. sınıf öğrencilerinden oluşmaktadır. Görüldüğü üzere katılımcıların büyük çoğunluğunun (F: 98, %80.3) kadın olduğu saptanmıştır.

Tablo 2

Katılımcıların Yaşı

	Frekans (F)	Yüzdeler (%)
18-20	17	13,9
21-23	95	77,9
24-26	9	7,4
26 yaş ve üzeri	1	,8
Total	122	100,0

Çalışmaya katılan kişilerin (F: 122) 17'si (%13.9) 18-20 yaşları arasında, 95'i (%77.9) 21-23 yaşları arasında, 9'u (%7.4) 24-26 yaşları arasında ve 1'i (%0.8) 26 yaşın üzerindedir. Daha ayrıntılı bakıldığında 1 kişi 19 yaşında, 17 kişi 20 yaşında, 44 kişi 21 yaşında, 41 kişi 22 yaşında, 9 kişi 23 yaşında, 2 kişi 24 yaşında, 4 kişi 25 yaşında, 3 kişi 26 yaşında ve 1 kişi 58 yaşındadır. Ortalama yaş ise 21,8 olarak bulunmuştur. Katılımcıların büyük bir kısmının (F: 95, %77.9) 21-23 yaş arası olduğu bulunmuştur.

Tablo 3

Medya Okuryazarlığı Dersi Alan ve Almayan Katılımcılar

Ders	Frekans (F)	Yüzdeler (%)
Alanlar	57	%46,7
Almayanlar	65	%53,3
Toplam	122	%100

Katılımcılardan yarısından fazlası (F:65, %53.3) seçmeli ya da zorunlu ders olarak Medya Okuryazarlığı dersini almamışken geriye kalan kısım (F:57; %46.7) seçmeli ders olarak Medya Okuryazarlığı dersini almışlardır. Bu dersi alan grup Türkçe Öğretmenliği grubunda yer almaktadır. Bu ders pilot uygulama olarak Türkiye'de ilk kez bu gruba uygulanmıştır. İngiliz Dili Eğitimi Anabilim Dalında okuyan öğrenciler seçmeli ya da zorunlu olarak bu dersi görmemektedirler.

Ayrıca katılımcıların çeşitli teknolojik araçlara sahip olma durumu incelenmiştir. Bu bağlamda 21 katılımcının masaüstü bilgisayara sahip olduğu ancak 101 katılımcının sahip olmadığı görülmüştür. Dizüstü bilgisayarda ise tersi bir durum gözlenmiştir çünkü

108 kişinin dizüstü bilgisayara sahip olduğu 14 kişinin ise sahip olmadığı görülmüştür. Akıllı telefonlar için de benzer durum söz konusudur. Öyle ki 113 kişinin akıllı telefona sahip olduğu 9 kişinin se sahip olmadığı görülmüştür. Tablet konusunda ise farklı bir durum karşımıza çıkmaktadır. Öyle ki 16 kişinin tablete sahip olduğu 106 kişinin ise sahip olmadığı bulunmuştur. Görüldüğü üzere masaüstü bilgisayar ve tablete sahip olanların sayısının az olduğu görülürken dizüstü bilgisayar ve akıllı telefona sahip olanların sayısının çoğunlukta olduğu göze çarpmaktadır.

Katılımcıların gündemi takip etme yöntemlerine baktığımızda 8 katılımcının gazete, 45 katılımcının TV ve son olarak 119 katılımcının internet kullandığını söyleyebiliriz. Katılımcılar bu maddede birden çok seçeneği işaretleyebildikleri için iki ya da üç seçeneğin tümünü işaretleyen adaylar bulunmaktadır. Görüldüğü üzere katılımcıların büyük çoğunluğu gündemi internet ile takip etmektedir.

3.Bulgular

Araştırma bulguları araştırma soruları ekseninde verilecektir. Her bir araştırma sorusu için ayrı bir alt başlık verilecektir.

3.1 Katılımcıların İnternete Erişim, Tv İzleme ve Sosyal Medya Kullanım Sıklıklarına Dair Bulgular

İlk araştırma sorumuzu hayıtlayalım: Öğretmen adaylarının internete erişim, TV izleme ve sosyal medya kullanım sıklıkları nelerdir?

Tablo 4

Katılımcıların İnternet Erişimi Sıklığı

	Frekans (F)	Yüzdellik (%)
Haftada 1-5 saat	13	10,7
Haftada 6-10 saat	4	3,3
Haftada 11-15 saat	8	6,6
Haftada 20 saat ve üzeri	7	5,7
Her Gün	90	73,8
Total	122	100,0

Katılımcıların internet erişimlerine baktığımızda 13 (%10.7) katılımcının haftada 1-5 saat arası, 4 (%3.3) katılımcının 6-10 saat arası, 8 (%6.6) katılımcının 11-15 saat arası, 7 (%5.7) kişinin haftada 20 saat ve üzeri ve 90 (%73.8) katılımcının her gün internete erişim sağladıkları bulunmuştur. Görüldüğü üzere katılımcıların çoğunluğunun (F: 90, %73.8) her gün internete erişim sağladığı bulunmuştur.

Tablo 5

Katılımcıların TV İzleme Sıklığı

	Frekans (F)	Yüzdellik (%)
Haftada 1 saatten az	49	40,2
Haftada 1-5 saat	45	36,9
Haftada 6-10 saat	9	7,4
Haftada 11-15 saat	5	4,1
Haftada 16-20 saat	4	3,3
Haftada 20 saat ve üzeri	1	,8
Diğer	9	7,4
Total	122	100,0

Katılımcıların TV izleme alışkanlığına baktığımızda; 49 (%40.2) katılımcının haftada 1 saatten az, 45 (%36.9) kişinin haftada 1-5 saat arası, 9 kişinin (%7.4) haftada 6-10 saat arası, 5 (%4.1) kişinin haftada 11-15 saat arası, 4 (%3.3) kişinin haftada 16-20 saat ve 1 (%0.8) kişinin haftada 20 saat ve üzeri TV izlediği bulunmuştur. 9 (%7.4) kişi ise hiç TV izlemediklerini belirtmiştir. Katılımcıların büyük çoğunluğunun TV izleme alışkanlığının çok az olduğunu söylemek mümkündür çünkü katılımcıların çoğu (F:103, %84,5) nadiren TV izlediğini belirtmiştir.

Tablo 6

<i>Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Sıklığı</i>		
	Frekans (F)	Yüzdeler (%)
Haftada 1 saatten az	9	7,4
Haftada 1-5 saat	30	24,6
Haftada 6-10 saat	19	15,6
Haftada 11-15 saat	13	10,7
Haftada 16-20 saat	7	5,7
Haftada 20 saat ve üzeri	38	31,1
Her Gün	6	4,9
Total	122	100,0

Katılımcıların sosyal medya kullanım alışkanlığına baktığımızda; 9 (%7.4) katılımcının haftada 1 saatten az, 30 (%24.6) kişinin haftada 1-5 saat arası, 19 kişinin (%15.6) haftada 6-10 saat arası, 13(%10.7) kişinin haftada 11-15 saat arası, 7 (%5.7) kişinin haftada 16-20 saat ve 38 (%31.1) kişinin haftada 20 saat ve üzeri sosyal medyayı kullandığı bulunmuştur. 6 (%4.9) kişi ise her gün sosyal medyayı kullandıklarını belirtmiştir. Katılımcıların üçte birinden fazlasının (F:44, %36) aktif olarak sosyal medyayı kullandığını söylemek mümkündür.

3.2 Katılımcıların Medya Okuryazarlık Düzeylerine Dair Bulgular

İkinci araştırma sorumuzu hayırlayalım: Öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeyleri nelerdir?

Tablo 7

Katılımcıların 1. Maddeye Verdiği Cevaplar

	Frekans (F)	Yüzdeler (%)
Nadiren	5	4,1
Ara sıra	15	12,3
Sıklıkla	67	54,9
Her zaman	35	28,7
Total	122	100,0

Bu ölçeğin ilk maddesi olan “Kitle iletişim araçlarında yer alan mesajların doğruluğuna ve yanlışlığına kendim karar verebilirim.” maddesi ile ilgili olarak katılımcılardan 5’i (%4.1) nadiren, 15’i (%12.3) ara sıra, 67’si (%54.9) sıklıkla ve 35’i (%28.7) her zaman cevabını vermiştir.

Tablo 8

Katılımcıların 2. Maddeye Verdiği Cevaplar

	Frekans (F)	Yüzdelerik (%)
Nadiren	1	,8
Ara sıra	3	2,5
Sıklıkla	70	57,4
Her zaman	48	39,3
Total	122	100,0

Ölçeğin ikinci maddesi olan “Kitle iletişim araçları tarafından üretilen tüketim kültürü, şiddet vb. değerlerin farkına varırım.” maddesi ile ilgili olarak katılımcılardan 1’i (%0.8) nadiren, 3’ü (%2.5) ara sıra, 70’i (%57.4) sıklıkla ve 48’i (%39.3) her zaman cevabını vermiştir.

Tablo 9

Katılımcıların 3. Maddeye Verdiği Cevaplar

	Frekans (F)	Yüzdelerik (%)
Nadiren	1	,8
Ara sıra	8	6,6
Sıklıkla	50	41,0
Her zaman	63	51,6
Total	122	100,0

Ölçeğin üçüncü maddesi olan “Mesajların hangi amaçlarla (sosyal sorumluluk, tüketim, bilgi verme, eğlendirme vb.) oluşturduğunu fark ederim.” maddesi ile ilgili olarak katılımcılardan 1’i (%0.8) nadiren, 8’i (%6.6) ara sıra, 50’si (%41) sıklıkla ve 63’ü (%51.6) her zaman cevabını vermiştir.

Tablo 10

Katılımcıların 4. Maddeye Verdiği Cevaplar

	Frekans (F)	Yüzdelerik (%)
Nadiren	1	,8
Ara sıra	12	9,8
Sıklıkla	63	51,6
Her zaman	46	37,7
Total	122	100,0

Ölçeğin dördüncü maddesi olan “Kitle iletişim araçlarındaki yayınların olumlu ve olumsuz yanlarını belirlerim.” maddesi ile ilgili olarak katılımcılardan 1’i (%0.8) nadiren, 12’si (%9.8) ara sıra, 63’ü (%51.6) sıklıkla ve 46’sı (%37.7) her zaman cevabını vermiştir.

Tablo 11

Katılımcıların 5. Maddeye Verdiği Cevaplar

	Frekans (F)	Yüzdelerik (%)
Nadiren	1	,8
Ara sıra	16	13,1
Sıklıkla	48	39,3
Her zaman	57	46,7
Total	122	100,0

Ölçeğin beşinci maddesi olan “Kitle iletişim araçlarında verilen mesajlara eleştirel bir bakış açısıyla bakarım.” maddesi ile ilgili olarak katılımcılardan 1’i (%0.8) nadiren, 16’sı (%13.1) ara sıra, 48’i (%39.3) sıklıkla ve 57’si (%46.7) her zaman cevabını vermiştir.

Tablo 12

Katılımcıların 6. Maddeye Verdiği Cevaplar

	Frekans (F)	Yüzdeler (%)
Nadiren	9	7,4
Ara sıra	24	19,7
Sıklıkla	53	43,4
Her zaman	36	29,5
Total	122	100,0

Ölçeğin altıncı maddesi olan “Kitle iletişim araçlarının bireyleri nasıl etkilediği konusunda yeterliliğe sahibim.” maddesi ile ilgili olarak katılımcılardan 9’u (%7.4) nadiren, 24’ü (%19.1) ara sıra, 53’ü (%43.4) sıklıkla ve 36’sı (%29.5) her zaman cevabını vermiştir.

Tablo 13

Katılımcıların 7. Maddeye Verdiği Cevaplar

	Frekans (F)	Yüzdeler (%)
Ara sıra	15	12,3
Sıklıkla	49	40,2
Her zaman	58	47,5
Total	122	100,0

Ölçeğin yedinci maddesi olan “Kitle iletişim araçlarının politik, ekonomik, kültürel ve sosyal önceliklerinin olduğunu fark ederim.” maddesi ile ilgili olarak katılımcılardan 15’i (%12.3) ara sıra, 49’u (%40.2) sıklıkla ve 58’i (%47.5) her zaman cevabını vermiştir. İlk 7 maddenin bulgularının tamamlanmasıyla katılımcıların medya okuryazarlığı hakkındaki sahip oldukları bilgi düzeyleri verilmiştir. Bundan sonra ölçeğin ikinci kısmı ile ilgili bulgular verilecektir.

Tablo 14

Katılımcıların 8. Maddeye Verdiği Cevaplar

	Frekans (F)	Yüzdeler (%)
Hiçbir Zaman	2	1,6
Nadiren	10	8,2
Ara sıra	25	20,5
Sıklıkla	47	38,5
Her zaman	38	31,1
Total	122	100,0

Ölçeğin 8-13 arasındaki maddeleri ikinci kısım olan analiz edebilme ve tepki oluşturabilme üzerinedir. Ölçeğin sekizinci maddesi olan “Kitle iletişim araçlarındaki mesajlara olumlu ve olumsuz tepki veririm.” maddesi ile ilgili olarak katılımcılardan 2’si (%1.6) hiçbir zaman, 10’u (%8.2) nadiren, 25’i (%20.5) ara sıra, 47’si (%38.5) sıklıkla ve 38’i (%31.1) her zaman cevabını vermiştir.

Tablo 15

Katılımcıların 9. Maddeye Verdiği Cevaplar

	Frekans (F)	Yüzdellik (%)
Hiçbir Zaman	6	4,9
Nadiren	16	13,1
Ara sıra	44	36,1
Sıklıkla	38	31,1
Her zaman	18	14,8
Total	122	100,0

Ölçeğin dokuzuncu maddesi olan “Kitle iletişim araçlarındaki yayınların olumsuzluklarından korunma konusunda önerilerde bulunurum.” maddesi ile ilgili olarak katılımcılardan 6’sı (%4.9) hiçbir zaman, 16’sı (%13.1) nadiren, 44’ü (%36.1) ara sıra, 38’i (%31.1) sıklıkla ve 18’i (%14.8) her zaman cevabını vermiştir.

Tablo 16

Katılımcıların 10. Maddeye Verdiği Cevaplar

	Frekans (F)	Yüzdellik (%)
Hiçbir Zaman	2	1,6
Nadiren	1	,8
Ara sıra	25	20,5
Sıklıkla	58	47,5
Her zaman	36	29,5
Total	122	100,0

Ölçeğin onuncu maddesi olan “Verilen mesajların farklı kitle iletişim araçlarında farklı biçimlerde oluşturulduğunu bilirim.” maddesi ile ilgili olarak katılımcılardan 2’si (%1.6) hiçbir zaman, 1’i (%0.8) nadiren, 25’i (%20.5) ara sıra, 58’i (%47.5) sıklıkla ve 36’sı (%29.5) her zaman cevabını vermiştir.

Tablo 17

Katılımcıların 11. Maddeye Verdiği Cevaplar

	Frekans (F)	Yüzdellik (%)
Hiçbir Zaman	7	5,7
Nadiren	23	18,9
Ara sıra	30	24,6
Sıklıkla	49	40,2
Her zaman	13	10,7
Total	122	100,0

Ölçeğin on birinci maddesi olan “Kitle iletişim araçlarının yayınlarında kanuni ve etik kurallara bağlı kalınıp kalınmadığını takip ederim.” maddesi ile ilgili olarak katılımcılardan 7’si (%5.7) hiçbir zaman, 23’ü (%18.9) nadiren, 30’u (%24.6) ara sıra, 49’u (%40.2) sıklıkla ve 13’ü (%10.7) her zaman cevabını vermiştir.

Tablo 18

Katılımcıların 12. Maddeye Verdiği Cevaplar

	Frekans (F)	Yüzelik (%)
Hiçbir Zaman	4	3,3
Nadiren	21	17,2
Ara sıra	37	30,3
Sıklıkla	44	36,1
Her zaman	16	13,1
Total	122	100,0

Ölçeğin on ikinci maddesi olan “Birey olarak kitle iletişim araçlarındaki üretim sürecine ne kadar etkim olacağımı bilirim.” maddesi ile ilgili olarak katılımcılardan 4’ü (%3.3) hiçbir zaman, 21’i (%17.2) nadiren, 37’si (%30.3) ara sıra, 44’ü (%36.1) sıklıkla ve 16’sı (%13.1) her zaman cevabını vermiştir.

Tablo 19

Katılımcıların 13. Maddeye Verdiği Cevaplar

	Frekans (F)	Yüzelik (%)
Nadiren	4	3,3
Ara sıra	14	11,5
Sıklıkla	50	41,0
Her zaman	54	44,3
Total	122	100,0

Ölçeğin on üçüncü maddesi olan “Kitle iletişim araçlarında yanlış habercilik yapıldığının hemen farkına varırım.” maddesi ile ilgili olarak katılımcılardan 4’ü (%3.3) nadiren, 14’ü (%11.5) ara sıra, 50’si (%41) sıklıkla ve 54’ü (%44.3) her zaman cevabını vermiştir.8-13 arası maddelerin bulgularının tamamlanmasıyla katılımcıların medya okuryazarlığı konusunda analiz edebilme ve tepki oluşturabilme düzeyleri verilmiştir. Bundan sonra ölçeğin üçüncü kısmı ile ilgili bulgular verilecektir.

Tablo 20

Katılımcıların 14. Maddeye Verdiği Cevaplar

	Frekans (F)	Yüzelik (%)
Hiçbir Zaman	1	,8
Nadiren	4	3,3
Ara sıra	32	26,2
Sıklıkla	56	45,9
Her zaman	29	23,8
Total	122	100,0

Ölçeğin 14-17 arasındaki maddeleri üçüncü kısım olan yargılayabilme, örtük mesajları görebilme üzerinedir. Ölçeğin on dördüncü maddesi olan “Kitle iletişim araçlarında yapılan gizli reklamı fark ederim.” maddesi ile ilgili olarak katılımcılardan 1’i (%0.8) hiçbir zaman, 4’ü (%3.3) nadiren, 32’si (%26.2) ara sıra, 56’sı (%45.9) sıklıkla ve 29’u (%23.8) her zaman cevabını vermiştir.

Tablo 21

Katılımcıların 15. Maddeye Verdiği Cevaplar

	Frekans (F)	Yüzdelerik (%)
Hiçbir Zaman	2	1,6
Nadiren	6	4,9
Ara sıra	28	23,0
Sıklıkla	56	45,9
Her zaman	30	24,6
Total	122	100,0

Ölçeğin on beşinci maddesi olan “Sponsorların yayın üzerindeki etkisini gözlemleyebilirim.” maddesi ile ilgili olarak katılımcılardan 2’si (%1.6) hiçbir zaman, 6’sı (%4.9) nadiren, 28’i (%23) ara sıra, 56’sı (%45.9) sıklıkla ve 30’u (%24.6) her zaman cevabını vermiştir.

Tablo 22

Katılımcıların 16. Maddeye Verdiği Cevaplar

	Frekans (F)	Yüzdelerik (%)
Nadiren	5	4,1
Ara sıra	32	26,2
Sıklıkla	52	42,6
Her zaman	33	27,0
Total	122	100,0

Ölçeğin on altıncı maddesi olan “Kitle iletişim araçlarının aktardığı örtük (arka plandaki) mesajların farkına varırım.” maddesi ile ilgili olarak katılımcılardan 5’i (%4.1) nadiren, 32’si (%26.2) ara sıra, 52’si (%42.6) sıklıkla ve 33’ü (%27) her zaman cevabını vermiştir.

Tablo 23

Katılımcıların 17. Maddeye Verdiği Cevaplar

	Frekans (F)	Yüzdelerik (%)
Nadiren	11	9,0
Ara sıra	27	22,1
Sıklıkla	53	43,4
Her zaman	31	25,4
Total	122	100,0

Ölçeğin sonuncu ve on yedinci maddesi olan “Kitle iletişim araçlarıyla verilen mesajlardaki anlamları çözümlemede yeterliliğe sahibim” maddesi ile ilgili olarak katılımcılardan 11’i (%9) nadiren, 27’si (%22.1) ara sıra, 53’ü (%43.4) sıklıkla ve 31’i (%25.4) her zaman cevabını vermiştir.

Yukarıda verilen cevapların ne anlama geldiğini daha iyi anlamak adına ölçeğe verilen cevapların minimum, maksimum, ortalama ve standart sapma değerlerini ele almak daha açıklayıcı olacaktır.

Tanımlayıcı istatistik sonuçlarına baktığımızda ölçeğin 9., 11. ve 12. maddelerinde standart sapmanın en yüksek olduğu görülmektedir. Yani katılımcıların verdiği cevaplar arasındaki farklılaşma durumunun en çok sırasıyla “Kitle iletişim araçlarındaki yayınların olumsuzluklarından korunma konusunda önerilerde bulunurum” Kitle iletişim araçlarının yayınlarında kanuni ve etik kurallara bağlı kalınıp kalınmadığını takip

ederim” ve “Birey olarak kitle iletişim araçlarındaki üretim sürecine ne kadar etkim olacağını bilirim” maddelerinde olduğu görülmektedir.

Tablo 24

Ölçek Maddelerinin Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

	N	Minimum	Maximum	Ortalama	Standart Sapma
MO1	122	2	5	4,08	,756
MO2	122	2	5	4,35	,574
MO3	122	2	5	4,43	,655
MO4	122	2	5	4,26	,666
MO5	122	2	5	4,32	,730
MO6	122	2	5	3,95	,889
MO7	122	3	5	4,35	,691
MO8	122	1	5	3,89	,994
MO9	122	1	5	3,38	1,047
MO10	122	1	5	4,02	,828
MO11	122	1	5	3,31	1,076
MO12	122	1	5	3,39	1,024
MO13	122	2	5	4,26	,790
MO14	122	1	5	3,89	,835
MO15	122	1	5	3,87	,900
MO16	122	2	5	3,93	,835
MO17	122	2	5	3,85	,906

Ortalamalar açısından baktığımızda ise 4,43 değeri ile en yüksek ortalamanın 3. maddeye ait olduğu, 3,31 değeri ile en düşük ortalamanın 11. Maddeye ait olduğu bulunmuştur. Bir başka deyişle katılımcı öğretmen adaylarının en yüksek ortalamaya “Mesajların hangi amaçlarla (sosyal sorumluluk, tüketim, bilgi verme, eğlendirme vb.) oluşturduğunu fark ederim” maddesi sahipken en düşük ortalamaya “Kitle iletişim araçlarının yayınlarında kanuni ve etik kurallara bağlı kalınıp kalınmadığını takip ederim” maddesi sahiptir. Ayrıca tabloya bakıldığında genel olarak yüksek ortalamaların ölçeğin ilk bölümünü oluşturan medya okuryazarlığı hakkında bilgi sahibi olmak bölümünde olduğu görülmektedir.

3.3 Medya Okuryazarlığı Dersinin Medya Okuryazarlık Düzeyi Üzerindeki Etkilerine Dair Bulgular

Üçüncü ve son araştırma sorumuzu hayıtlayalım: Medya okuryazarlığı alan ve almayan öğretmen adayları arasında medya okuryazarlığı açısından anlamlı farklılık var mıdır?

T-testi sonucunda elde edilen sonuçlar medya okuryazarlığı dersi alan ve almayan öğrenciler arasında sadece 2 madde açısından anlamlı farklılık görülürken diğer 15 maddede iki grup arasında herhangi anlamlı farklılığa rastlanmamıştır. İstatistiksel sonuçlara göre iki grup öğretmen adayı arasında anlamlı farklılık oluşturan maddelerin ölçeğin birinci ve altıncı maddesine aittir. T testi sonucuna göre “Sig. (2-tailed)” sütununda yer alan ve değerler sosyal bilimlerde kabul gören 0.05 seviyesindeki p değerine göre hesaplanmıştır. .05 ve altında olan değerler bulgular kısmına dâhil edilmiştir, .05 değerinin üstünde olan değerler istatistiksel olarak anlamlı farklılık oluşturmadığından bulgular kısmına dâhil edilmemiştir.

T-testi sonuçlarına baktığımızda medya okuryazarlığı dersini alan Türkçe öğretmeni adayları ve bu dersi almayan İngilizce öğretmeni adayları arasında ölçekte yer alan madde

sıralamasına göre; kitle iletişim araçlarında yer alan mesajların doğruluğuna ve yanlılığına karar verebilme (.04) ve kitle iletişim araçlarının bireyleri nasıl etkilediği konusunda yeterliliğe sahip olma (.03) açısından anlamlı farklılık olduğu görülmüştür. Bu sonuca göre iki grup arasındaki anlamlı farklılık medya okuryazarlığı hakkında bilgi sahibi olmak ile ilgilidir çünkü kullanılan ölçeğin ilk 7 maddesi bilgi sahibi olmak üzerinedir. Dolayısıyla medya okuryazarlığı ile ilgili olarak analiz edebilme, tepki oluşturabilme, yargılayabilme ve örtük mesajları görebilme hususlarında iki grup arasında herhangi istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmamıştır.

4. Sonuç ve Tartışma

Bu çalışma; farklı bölümlerde öğrenim gören ve pilot uygulama olarak medya okuryazarlığı dersi alan ve almayan öğretmen adaylarının internete erişim, TV izleme ve sosyal medya kullanım sıklıklarını belirlemek, katılımcı öğretmen adaylarının medya okuryazarlık seviyelerini belirlemek ve alınan medya okuryazarlığı dersinin öğretmen adaylarının medya okuryazarlık seviyelerine olan etkisini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu amaçla bir devlet üniversitesinde öğrenim gören Türkçe ve İngilizce öğretmen adayları üzerinde anket uygulaması yapılmıştır.

Teknolojik cihazlara sahip olma hususunda ise katılımcı öğretmen adaylarının masaüstü bilgisayar ve tablete sahip olanların sayısının az olduğu görülürken dizüstü bilgisayar ve akıllı telefona sahip olanların sayısının çoğunlukta olduğu görülmüştür. Buna ek olarak katılımcıların büyük çoğunluğunun (F: 90, %73.8) her gün internete erişim sağladığı, çoğunluğunun (F:103, %84,5) haftada 5 saatten az TV izlediği ve son olarak üçte birinden fazlasının (F:44, %36) aktif olarak sosyal medyayı kullandığı tespit edilmiştir. Gündemi takip etme yöntemlerine baktığımızda ise 119 katılımcının internet kullandığı bulunmuştur. 21. yüzyılda hızla gelişen teknoloji ve onunla paralel olarak değişen yaşam şeklinin bir sonucu olarak katılımcı öğretmen adaylarının çeşitli teknolojik araçlara sahip olması, her gün internete erişim sağlaması ya da aktif bir sosyal medya kullanıcı olması şaşırtıcı değildir. Gündemi takip etme açısından ele aldığımızda artık günümüzde “Haber okudun mu?” sorusundan ziyade “Haber duydu mu?” sorusuna daha sık rastlamak mümkündür çünkü bulgulardan hareketle katılımcı öğretmen adaylarının da yaptığı gibi, gündemi takip etmek için gazete okumak ve hatta TV izlemek yerine daha çok internet sitelerini ziyaret etmenin tercih edildiğini söyleyebiliriz. Bu da bize günümüzde medya algısının ne kadar önemli yer tuttuğunu gösteren kanıtlardan sadece biridir.

Önemli olan teknolojiye bağlı olarak sürekli değişiklik gösteren haberleşme ve iletişim araçlarının ne denli bilinçli kullanıldığı ve internet ya da medyanın sunduğu girdilerin ne şekilde kullanıcılar tarafından işlem gördüğüdür. Medyatik iletilerin kişiler üzerindeki etkisini göz ardı edemeyiz çünkü aynı ileti farklı kullanıcılar tarafından farklı yorumlanabileceğinden bilgi bombardımanına tutulan günümüz öğretmen adaylarına medyanın bilinçli tüketimi ve medyaya karşı eleştirel bakış açısı konularında özerklik kazandırılmalıdır. Böylece öğretmen adaylarının hem hizmet öncesi hem de hizmet içi eğitimleri sırasında medya tüketimi konusunda bilinçlenmesi sağlanacaktır. Eğitimdeki başarıyı bir zincire benzetecek olursak, öğretmenleri de bu zincirin içerisinde birbirine kenetlenmiş olan halkalardan biri olduğunu görürüz. Bir halkanın zayıf olması zincirin tümünü tehlikeye atacağından öğretmen eğitimindeki aksaklıkların da eğitim sistemindeki başarıyı olumsuz yönde etkileyeceğini unutmamalıyız. 21. yüzyılın gereklilikleri ve teknolojik gelişmelere bağlı olarak medya okuryazarlığının önemi bir kez daha karşımıza çıkmaktadır. Çağın gerektirdiği niteliklere öğretmenlere sahip olmak adına hem hizmet öncesi hem de hizmet içi öğretmen eğitimindeki uygulamalara medya okuryazarlığı da eklenmelidir. Böylelikle bu konuda eksikliği olan öğretmenlerimizin kendilerini geliştirmelerine de fırsat tanınmış olacaktır.

Araştırma sonuçları ilgili literatürde yer alan önceki çalışmalarla çeşitli benzerlikler ve farklılıklar göstermektedir. Karataş (2008) tarafından yapılan araştırmada öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeylerinin genel olarak “sıklıkla” yani “4” değerinde olduğu bulunmuştur ve öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeyleri ortalamanın üstünde, iyi bir değerde sahip olduğu sonucuna varılmıştır. En yüksek ortalaya sahip olan madde 4,29 değeri ile “Kitle iletişim araçları tarafından üretilen tüketim kültürü, şiddet vb. değerlerin farkına varırım.” maddesidir. En düşük ortalaya sahip olan madde ise 3,09 değeri ile “Birey olarak kitle iletişim araçlarındaki üretim sürecine ne kadar etkim olabileceğini bilirim.” maddesidir. Ayrıca öğretmen adaylarının bölümleri ile medya okuryazarlık düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmüştür. Yapılan araştırmada da benzer şekilde katılımcı öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeylerinin genel olarak “sıklıkla” yani “4” değerinde olduğu bulunmuştur. Ancak en yüksek ve en düşük ortalama sahip maddeler açısından farklılık olduğu görülmektedir çünkü 4,43 değeri ile en yüksek ortalamanın “Mesajların hangi amaçlarla (sosyal sorumluluk, tüketim, bilgi verme, eğlendirme vb.) oluşturduğunu fark ederim” maddesine ait olduğu bulunurken 3,31 değeri ile en düşük ortalamanın “Kitle iletişim araçlarının yayınlarında kanuni ve etik kurallara bağlı kalınıp kalınmadığını takip ederim” maddesine ait olduğu bulunmuştur.

Öğretmen adayları üzerinde yapılan bir başka araştırmaya göre katılımcıların %4,34’ünün televizyon okuryazarı olmadığı; %3,94’ünün alt düzey, %12,50’sinin orta düzey, %36,50’sinin üst düzey, %42,72’sinin ise tam okuryazar oldukları saptanmıştır ve öğretmen adaylarının büyük çoğunluğunun kendilerini televizyon okuryazarı olarak gördükleri belirlenmiştir (Yeşil & Korkmaz, 2008). Hâlbuki yapılan araştırmada 49 (%40.2) katılımcının haftada 1 saatten az, 45 (%36.9) kişinin haftada 1-5 saat arası, 9 kişinin (%7.4) haftada 6-10 saat arası, 5 (%4.1) kişinin haftada 11-15 saat arası, 4 (%3.3) kişinin haftada 16-20 saat ve 1 (%0.8) kişinin haftada 20 saat ve üzeri TV izlediği bulunmuştur. 9 (%7.4) kişi ise hiç TV izlemediklerini belirtmiştir. Dolayısıyla katılımcıların büyük çoğunluğunun TV izleme alışkanlığının çok az olduğunu söylemek mümkündür çünkü katılımcıların çoğu (F:103, %84,5) nadiren TV izlediğini belirtmiştir.

Öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeylerinin ortalamasının üzerinde olduğunu gösteren bir diğer çalışma da Karaman ve Karataş (2009)’a aittir. Ölçek bölümlerine göre incelendiğinde ise katılımcıların en yüksek medya okuryazarlık düzeylerinin “Bilgi Sahibi Olmak” faktöründe olduğu (X=4,03), diğer yandan en düşük ise “Analiz Edebilme ve Tepki Oluşturabilme” (X=3.57) faktöründe olduğu belirlenmiştir. Benzer bulgular bu araştırma için de geçerlidir çünkü genel olarak yüksek ortalamaların ölçeğin ilk bölümünü oluşturan medya okuryazarlığı hakkında bilgi sahibi olmak bölümünde olduğu görülmüştür. Fakat en düşük ortalamaların medya iletilerini yargılayabilme ve bu iletilerdeki örtük mesajları görebilme bölümünde olduğu görülmüştür. Bu sonuçlar bize katılımcı öğretmen adaylarının medya okuryazarlığı seviyelerinin bilgi sahibi olma aşamasında kaldığını fakat sahip olunan bu bilginin analiz edilmesi, bu bilgi ile ilgili tepki oluşturabilmesi, bilgi hakkında bir yargıya varılması ve bu bilgilerdeki örtük mesajları görülmesi anlamında eksiklik yaşadığını göstermektedir. Bir başka deyişle sahip olunan bilgi ile eyleme geçilmemektedir. Eyleme geçirilmeyen bilgi ise hayata geçirilmeyen bilgi demektir ve işlevsel olmayan bilginin de kişiye katkısı olduğu söylenemez. Dolayısıyla katılımcı öğretmen adaylarının medya okuryazarlığı hakkındaki sahip olduğu bilginin işlevsel olmadığını söyleyebiliriz. Bu durum Bloom taksonomisinin bilişsel öğrenmelerdeki sıralamayı hatırlatmaktadır: bilgi-kavrama-uygulama-analiz-sentez-değerlendirme (Bloom, 1956). Öğretmen adaylarının medya okuryazarlığı hakkındaki bilişsel öğrenmelerinin bilgi seviyesinde kalmaması ve daha ileri seviyelere taşınması için medya okuryazarlığı dersine önem verilmeli ve bu dersin hem hizmet öncesi hem de hizmet içi eğitimlerde gerektiği değeri bulması gerekmektedir.

Medya okuryazarlığı dersini almak öğrenciler üzerinde çeşitli etkiler oluşturabilir. Örneğin, Kartal (2007) tarafından yapılan bir çalışmada medya okuryazarlığı dersini almış öğrencilerin bu eğitimden olumlu yönde etkilendiği, medya okuryazarlığı konusunda farkındalık kazandığı ve medya metinlerine karşı eleştirel bir bakış açısı kazandığı bulunmuştur. Benzer şekilde araştırmada ele alınan bir diğer husus medya okuryazarlığı dersini alan ve almayan öğretmen adaylarının medya okuryazarlığı düzeyi üzerineydi. T testi sonuçlarına göre medya okuryazarlığı dersini alan Türkçe öğretmeni adayları ve bu dersi almayan İngilizce öğretmeni adayları arasında ölçekte yer alan madde sıralamasına göre; kitle iletişim araçlarında yer alan mesajların doğruluğuna ve yanlışlığına karar verebilme ve kitle iletişim araçlarının bireyleri nasıl etkilediği konusunda yeterliliğe sahip olma açısından anlamlı farklılık olduğu görülmüştür. Bu sonuca göre iki grup arasındaki anlamlı farklılık medya okuryazarlığı hakkında bilgi sahibi olmak ile ilgilidir. Dolayısıyla medya okuryazarlığı ile ilgili olarak analiz edebilme, tepki oluşturabilme, yargılayabilme ve örtük mesajları görebilme hususlarında iki grup arasında herhangi istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmamıştır. Araştırma sonucuna göre sadece 2 maddede anlamlı farklılık görülmesi ve bu farklılığın bilgi sahibi olmak bölümünde olması çok şey ifade etmektedir. Örneğin, medya okuryazarlığı dersi almanın öğretmen adayları arasında bir farklılık oluşturduğu ve bu dersi alan öğretmen adaylarının konu hakkında bilinçlendiği ve bilgi seviyesinin yükseldiği söylenebilir. Ancak bu farklılıkların sadece 2 maddede kendini göstermesi tartışmaya açık bir konudur. Çünkü bu bulgu medya okuryazarlığı dersinin çok yüksek seviyede bir farklılık yaratmadığını göstermektedir ve bu da dersin işleniş ile ilgilidir. Bu yüzden medya okuryazarlığı dersinin öğretmen adaylarının bilgi seviyesini artırmaktan öteye gidip onlarda tepki oluşturma ve yargıya varma becerilerini geliştirilmelidir. Bu da ilgili dersin daha etkili hale getirilmesiyle ve öğrenilen bilginin günlük hayatla ilişkilendirilmesiyle mümkündür.

Sonuç olarak öğretmen adaylarının medya okuryazarlığı seviyelerinin sadece bilgi düzeyinde kalmaması için daha yüksek seviyelere çıkartılması bunun için de medya okuryazarlığı dersinin içeriğinde ve işlenişinde değişikliğe gidilmelidir. Aksi takdirde bu ders işlevsel hale gelemeyecek ve öğretmen adayları ya da öğretmenlerin bu konudaki yetersizlikleri giderilemeyecektir. Konunu daha iyi anlaşılması adına daha fazla sayıda ve nitel araştırmalara ihtiyaç vardır çünkü konunun daha detaylı hale getirilmesi öğretmen adaylarının görüşlerinin toplanması ve nitel ya da karma araştırma yöntemlerinin kullanımıyla mümkün olacaktır.

Referanslar

- Akkoyunlu, B. (2008). *Bilgi okuryazarlığı ve yaşam boyu öğrenme*. 8th International Educational Technology Conference (IETC2008), 6-9 Mayıs 2008, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Altun, A. (2005). *Gelişen teknolojiler ve yeni okuryazarlıklar*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Altun, A. (2014). Medya okuryazarlığı eğitimine yönelik Türkçe yayınlar: Bir bibliyografya denemesi. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi (Oüsbad,)*(9), 5-15.
- Andersen, N. (2002). New media and new media literacy. Thinking critically about media: Schools and families in partnership cable in the classroom. Erişim adresi: <http://www.medialit.org/reading-room/new-media-and-new-media-literacy>.
- Bawden, D. (2001). Information and digital literacies: A review of concepts. *The Journal of Documentation*, 57(2), 218-259.

- Bloom, B. S. (Ed.). Engelhart, M.D., Furst, E.J., Hill, W.H., Krathwohl, D. R. (1956). *Taxonomy of educational objectives, handbook I: The cognitive domain*. New York: David McKay Co Inc.
- Carter, B. (2012). Facilitating pre-service teacher induction through learning in partnership. *Australian Journal of Teacher Education*, 37(2), 99-113.
- Çakmak, E. (2012). *İlköğretim ikinci kademe Türkçe dersi öğretim programında medya okuryazarlığı eğitimi*. 2. Ulusal Eğitim Programları ve Öğretim Kongresi, 27-29 Eylül 2012, Bolu.
- Çakmak, E., & Altun, A. (2013). İlköğretim Türkçe dersi öğretim programında medya okuryazarlığı eğitimi. *Eğitimde Kuram ve Uygulama*, 9(2), 152-170.
- Çelik, M. (2008). *Egemen ideolojinin bir aracı olarak medya ve eleştirel farkındalığın gerekliliği: Medya okuryazarlığı*. Yayınlanmamış doktora tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Demiralay, R., & Karadeniz, Ş. (2009). İlköğretimde yaşam boyu öğrenme için bilgi okuryazarlığı becerilerinin geliştirilmesi. Erişim adresi:
<http://www.world-education-center.org/index.php/cjes/article/viewFile/33/29>. Dörnyei, Z. (2007). *Research methods in applied linguistics. Quantitative, qualitative and mixed methodologies*. New York: Oxford University Press.
- Elitok Kesici, A., & Kızılkaya, A. (2016). Medya okuryazarlığı dersine ilişkin öğretmen görüşleri. *EĞİTİM TEKNOLOJİSİ Kuram ve Uygulama*, 6(2), 174-189.
- Erdoğan, F. G. (2012). *Ailelerin medya okuryazarlık düzeylerinin belirlenmesi*. 21. Ulusal Eğitim Bilimleri Kongresi, 12-14 Eylül, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Galician, M. L. (2004). Introduction: High time for "dis-illusioning" ourselves and our media: Media literacy in the 21st century, part II: Strategies for general public. *American Behavioral Scientist*, 48(2), 143-151.
- Giddens, A. (2000). *Elimizden kaçıp giden dünya* (çev: Osman Akınhay). İstanbul: Alfa.
- İşcan, A., & Aktürk, Y. (2014). Televizyon dizilerinin Türkçenin yabancı dil olarak öğretiminde kullanımı: Seksenler dizisi örneği. *International Journal of Language Academy*, 2(4), 234-246.
- Karakuş, T., Kurşun, E., & Çağıltay, K. (2012). *Güvenli internet kullanımına yönelik evde alınan önlemler: Ebeveyn ve çocuk açısından bir karşılaştırma*. 6. Uluslararası Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Sempozyumu, 4-6 Ekim, Gaziantep Üniversitesi.
- Karaman, M. K., & Karataş, A. (2009). Öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeyleri. *İlköğretim Online Dergisi*, 8(3), 798-808.
- Karataş, A. (2008). *Öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeyleri*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon.
- Karl, H. (1974). Media literacy: The right to know. *The English Journal*, 63(7), 7-9.

- Kartal, O. Y. (2007). *Ortaöğretim 10. sınıf öğrencilerinin televizyon dizilerindeki mesajları algulamalarında medya okuryazarlığının etkisi*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.
- Kellner, D., & Share, J. (2005). Toward critical media literacy: Core concepts, debates, organizations, and policy. *Discourse: Studies in The Cultural Politics of Education*, 26(3), 369-386.
- Levin, D. et al., (2004). *Navigating the children's media landscape: A parent's and caregiver's guide*. Washington, DC: American Institutes for Research.
- Livingstone, S. (2003). *The changing nature and uses of media literacy*. Erişim adresi: http://www.lse.ac.uk/collections/media@lse/pdf/Media@lseEWP4_july03.pdf.
- Özdener, N., & Er, N. (2012). *Bilgi ve okuryazarlığında internet temelli bilginin usulsüz kullanımı ve bir çözüm olarak blog uygulamaları*. 21. Ulusal Eğitim Bilimleri Kongresi, 12-14 Eylül, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Pekman, C. (2005). *Avrupa Birliği'nde medya okuryazarlığı*. I. Uluslararası Medya Okuryazarlığı Konferansı, 23-28 Mayıs, Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, İstanbul.
- Thoman, E., & Jolls, T. (2003). *Literacy for the 21st Century. An overview & orientation guide to media literacy education*. Center for Media Literacy. Erişim adresi: http://www.medialit.org/sites/default/files/01_MLKOrientation.pdf.
- Thoman, E., & Jolls, T. (2004). Media literacy-a national priority for a changing world. *American Behavioral Scientist*, 48(1), 18-29.
- Tschannen-Moran, M., & Woolfolk Hoy, A. (2007). The differential antecedents of self efficacy beliefs of novice and experienced teachers. *Teaching and Teacher Education*, 23, 944-956.
- Tyner, K. (1998). *Literacy in a digital world: Teaching and learning in the age of information (1st Edition)*. Newyork and London: Routledge.
- Yeşil, R., & Korkmaz, Ö. (2008). Öğretmen adaylarının televizyon bağımlılıkları, okuryazarlık düzeyleri ve eğitselliğine ilişkin düşünceleri. *Selçuk Üniversitesi Ahmet Keleşoğlu Eğitim Fakültesi Dergisi*, 26, 55 -72.