

Media Literacy Levels of the Candidate Teachers

Yrd. Doç Dr. M. Kemal Karaman¹

Adem Karataş²

ABSTRACT. The purpose of this study is to determine the media literacy level of teacher candidates and explain effects of variables; having a computer, internet access, reading newspapers/magazines regularly, watching TV frequency and Internet usage frequency on media literacy level. Study group is consisted of 495 teacher candidates from Faculty of Education Uşak University, Turkish Teacher Education, Primary School Education and Social Studies Education Department in 2007-2008 academic year. Data is collected by “Media Literacy Level Determination Scale” which is developed by researchers. Descriptive statics were used with t test, correlation and ANOVA for data analyses. Results showed that teacher candidates have high media literacy levels and having a computer, Internet access, reading newspapers/magazines regularly, watching TV frequency and Internet usage frequency are variables that have significant effect on media literacy levels.

Keywords: Media Literacy, teacher candidates, mass media

SUMMARY

Purpose and significance: Media literacy is an important concept in nowadays. Especially because of positive and negative effects of media on children and young adults, it became a significant issue in educational context. So teachers have major role in the process of educating children from their primary school education about media literacy. The purpose of this study is to determine media literacy levels of teacher candidates and also to explain effects of variables; having a computer, internet access, reading newspapers/magazines regularly, watching TV frequency and Internet usage frequency on their media literacy level.

Methods: Study group is consisted of 495 teacher candidates from Faculty of Education Uşak University, Turkish Teacher Education Department, Primary School Education Department and Social Studies Education Department in 2007-2008 academic year. Data is collected by “Media Literacy Level Determination Scale” which is developed by researchers. Descriptive statics were used with t test, correlation and ANOVA for data analyses.

Results: Results showed that teacher candidates have high media literacy levels, exceeding average mean. Results of factor analyze showed that media literacy is consisted of three dimensions as “being knowledgeable”, “analyzing and reacting” and “judging, being aware of implicit messages”. Teacher candidates have the highest media literacy level in “being knowledgeable”, while the least in “analyzing and reacting”. Significant differences have been found between media literacy levels and having computer, internet access, reading newspaper/magazine regularly, watching TV frequency and Internet usage frequency.

Discussion and Conclusion: Individuals should use media effectively to access information, to communicate, to follow agenda and most importantly not to being behind times. Especially in teaching and learning process, media literacy stands out an important issue both for teachers and students to utilize from different technologies and tools. This study has revealed out that teacher candidates have high media literacy and some of the variables as having a computer, internet access, reading

¹ Yrd. Doç Dr. M. Kemal Karaman, Uşak Üniversitesi, Eğitim Fakültesi

² Arş. Gör. Adem Karataş, Uşak Üniversitesi, Eğitim Fakültesi

newspapers/magazines regularly, watching TV frequency and Internet usage effect significantly to their media literacy level.

It is suggested that to educate teacher candidates about media literacy is important as because they will be a model for their students and give this education to them in the future.

Öğretmen Adaylarının Medya Okuryazarlık Düzeyleri

ÖZ. Bu çalışmanın amacı öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeylerini ortaya koymak ve öğretmen adaylarının bilgisayar sahipliği, internet erişimi, gazete/dergi takip etme, TV izleme sıklığı ve internet kullanım sıklığı değişkenlerinin medya okuryazarlık düzeyi üzerindeki etkisini açıklamaktır. Araştırma grubunu 2007-2008 eğitim-öğretim döneminde Uşak Üniversitesi Eğitim Fakültesi Türkçe, Sınıf ve Sosyal Bilgiler Öğretmenliği'nden 495 öğretmen adayı oluşturmuştur. Araştırmada veriler araştırmacılar tarafından geliştirilen "Medya Okuryazarlık Düzey Belirleme Ölçeği" ile toplanmıştır. Ölçeğin geçerlilik çalışmaları için uzman görüşüne başvurulmuş ve açımlayıcı faktör analizi yapılmıştır. Açımlayıcı faktör analizi sonucunda 17 madde ve 3 faktörden oluşan bir yapı elde edilmiştir. Güvenirlilik çalışması için ise cronbach alpha değeri hesaplanmış ve ,840 olarak bulunmuştur. Elde edilen verilerin analizinde betimleyici istatistiklerle birlikte t testi, korelasyon ve ANOVA testleri kullanılmıştır. Elde edilen bulgular öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeylerinin yüksek olduğunu ve bilgisayar sahipliği, internet sahipliği, gazete/dergi takip etme, TV izleme sıklığı ve internet kullanma sıklığı değişkenlerinin öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeyi üzerinde anlamlı etkisi olduğunu göstermiştir.

Anahtar Kelimeler: Medya okuryazarlığı, öğretmen adayları, kitle iletişim araçları

GİRİŞ

Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki hızlı gelişmelerin yaşamın her alanına yansiyarak, bilginin küreselleşmesine, insanların birbirleri ile iletişim biçimlerinin ve iletişim araçlarının değişmesine, kitle iletişim araçlarının kapsamının genişlemesine, iletişim ortamlarının farklılaşmasına neden olduğu söylenebilir. İçinde bulunulan çağ da bu gelişmelere paralel olarak bilgi çağı, iletişim çağı, bilişim çağı, uzay çağı, teknoloji çağı, internet çağı vb. isimler almış, o çağın bireyleri ise bilgi toplumu, teknoloji toplumu, iletişim toplumu olarak adlandırılmıştır. Değişen kavramların ve teknolojilerin yanı sıra bu gelişime ayak uydurabilmek ve en iyi şekilde yararlanabilmek için bireylerden beklenen beceri ve yeterliliklerde değişmiştir.

Özellikle bilginin hızla katlanarak yayılmasıyla, bilgiyi etkin olarak kullanabilme, bilgiyi analiz edebilme, farklı yönleri ile ele alıp eleştirel bakabilme ve bilginin iletişimini sağlayan teknolojileri ve ortamları kullanabilme gibi becerilerin ön plana çıktığı görülmektedir. Bilim ve teknolojideki gelişmelerin sürekli ve hızlı olması, bireylerin yeni beceriler kazanması, var olan bilgi ve becerilerini değişen çağa göre güncelleyebilmeleri de yaşam boyu öğrenmeyi gerektirmektedir. Yaşam boyu öğrenenler aktif ve sürekli bilgi kullanabilen ve herhangi bir sorunun çözümünde gereksinim duyduğu bilgiye ulaşabilen, ulaştığı bilgiyi kendi yapısına uydurabilen, buna yenilerini katabilen kişiler olarak tanımlanmakta ve bu nedenle, bilgiye ulaşma, bilgideki mesajları çözebilme, değerlendirebilme ve iletebilme, bilginin farkında olma gibi becerileri içeren bilgi okuryazarlığı, teknoloji okuryazarlığı, medya okuryazarlığı gibi becerilerin yaşam boyu öğrenmenin de temel taşı olduğu ifade edilmektedir (Polat ve Odabaş, 2008). ABD ve İngiltere başta olmak üzere birçok ülkede öğretmen yetiştiren kurumlar öğretmen adaylarını bilgi okuryazarlığı, teknoloji okuryazarlığı, bilgisayar ve sistemleri okuryazarlığı, medya okuryazarlığı ve kütüphane okuryazarlığı gibi çeşitli okuryazarlık alanlarının gerektirdiği bilgi ve beceriler ile donattıkları ve günümüz toplumların gereksinim duyduğu öğretmen nitelikleri açısından bu okuryazarlık alanlarının tümünün çok önemli olduğu açıklanmaktadır (Adıgüzel, 2005).

Bilgi okuryazarlığı; bilgiye ihtiyaç duyulduğunda bunun farkına varılması ve gerekli bilginin algılanması, değerlendirmesi ve etkili bir şekilde kullanılabilmesi olarak tanımlanmaktadır (ALA,

1989). Ayrıca bilgi okuryazarlığının teknik bir beceri olmanın dışında, bilgisayarın nasıl kullanılacağından, bilgiye erişime, bilgi üzerinde eleştirel düşünmeye ve bilginin teknik altyapısı, sosyal kültürel ve hatta felsefi bağlamdaki etkisine kadar unsurları içeren bir beceri olduğu açıklanmaktadır (Sahpiro ve Hughes, 1996). Özellikle bilgiyi ezberleyen ve depolayan değil, bilgiyi etkin kullanarak uygulamaya koyabilen bireylere ihtiyaç duyulmasıyla bilgi okuryazarlığı önemli bir hale gelmiştir. Diğer yandan teknolojik gelişmelerle bilginin iletildiği kanallar ve ortamlar da sürekli yenilenmiş ve bilgi okuryazarlığının yanı sıra bilginin iletildiği bu kanalları (TV, radyo, gazete, internet vs.) etkin kullanabilme, bu kanallarla verilen bilgilerdeki mesajları analiz edebilme, değerlendirebilme ve iletibilme gibi becerileri içeren medya okuryazarlığı kavramı önemli hale gelmiştir.

Medya Okuryazarlığı

Medya bilgiyi ileten ve içeren bütün çevreleri kapsamakla birlikte, kitap, gazete, dergi, Tv, radyo, internet gibi bilgiyi transfer eden her türlü basılı, dijital ve elektronik araç birer medya olabilir (Andersen, 2002; Levin vd, 2004). Günlük yaşamın bir parçası haline gelen medya, bireylerin birbirleri ile iletişim kurmaları, gündemden haberdar olmaları, bilgi edinmeleri, bilgilerini güncellemeleri gibi çok çeşitli işlevlere sahip olmakla birlikte bilgiyi yaşantının bir parçası haline getirerek, çeşitli mesajlarla bireyleri farklı şekilde etkilemektedir (Altun, 2005). Medyanın bilgilendirme, iletişimi ve etkileşimi sağlamanın yanı sıra; ticari amaç, güç elde etme, kitleleri yönlendirme gibi çeşitli amaçları da olabilmektedir. Bu nokta da bireylerin medyaya karşı eleştirel bir bakış açısı ile yaklaşmaları, neyin iyi neyin kötü, neyin yararlı neyin zararlı olduğunu ayırt etmeleri gerekmektedir. Bunun için de bireylere, medya karşısında pasif bir alıcı olmak yerine, medyayı okuyabilecek, medyanın dilini çözebilecek bilinç düzeyine ulaşarak iletişim olgusunda aktif bir birey olarak yer alıp, medya yaşantılarını eleştirel olarak yorumlayıp değerlendirebilecek becerilere sahip olması için medya okuryazarlık eğitimi verilmesi gerektiği ifade edilmektedir (Hendrix, 1998; RTÜK, 2007).

Medya okuryazarlığı ile ilgili farklı kuruluş ve kişilerce farklı tanımlamaları bulunmakla birlikte, ilk olarak Sirkka Minkinen tarafından 1978’de “bilişsel, etik, felsefi ve estetik konulardaki becerileri geliştirmeyi hedeflemek” olarak tanımlandığı ifade edilmektedir (İnceoğlu, 2006). Potter (1998) medya okuryazarlığını hammaddenin işlenmesine benzetmiş; “karşı karşıya kalınan mesajların anlamını yorumlarken kendimizi yansıtmada etkin olarak kullandığımız bakış açıları” olarak tanımlamış ve bu bakış açılarının yapılandırılmış bilgilerden oluştuğunu, bilginin yapılandırılmasının ise ortamdaki ham bilginin sahip olduğumuz becerilerle işlenmesi anlamına geldiğini ifade etmiştir. Ülkemizde medya okuryazarlığının öğrencilerin eğitimindeki önemini vurgulayan ve ilköğretim ders programında medya okuryazarlığı dersinin okutulması projesini hazırlayan Radyo ve Televizyon Üst Kurulu ise (2007) medya okuryazarlığını “yazılı ve yazılı olmayan, büyük çeşitlilik gösteren formatlardaki (televizyon, video, sinema, reklâmlar, internet v.s.) mesajlara ulaşma, bunları çözümlenme, değerlendirme ve iletme yeteneği kazanabilmek” olarak tanımlamıştır. Bunun yanında Aufderheide (1993), medya okuryazarlık becerisine sahip bireyleri “tüm medyalarla ilişkisinde eleştirel bir özerkliğe sahip tüm basılı ve elektronik medyaları analiz eden, değerlendiren ve yeniden şekillendirerek iletibilen bireyler olarak tanımlamıştır. Bu bireyler çeşitli formlardaki medyaya ulaşma (çeşitli kaynaklardan erişim), analiz (mesajların nasıl oluşturulduğunu keşfetme) değerlendirme (örtük ve açık mesajları, ahlaki ve demokratik ilkelere göre değerlendirme) ve oluşturma (çeşitli materyalleri kullanarak kendi mesajını yaratma) becerisine sahiptirler (Thoman ve Jolls, 2003; Ofcom Media Literacy Bulletin).

Bireylerin günlük yaşamlarında sürekli maruz kaldıkları kitle iletişim araçlarının kararlarına, davranışlarına, konuşmalarına kısaca tüm yaşamlarına etkisi önemli bir hal almaktadır. Diğer yandan bireylerin çoğu zaman, kitle iletişim araçlarındaki haberlerin, reklamların, mesajların kılık-kıyafet, yaşam tarzı, siyasi görüş gibi tercihlerine olan etkisinin farkında olmadıkları, hatta medyada gördükleri şekliyle davrandıklarında, konuştuklarında ve yaşadıklarında kendilerini mutlu hissettikleri ifade edilmektedir (Samuelson, 2003). Teknolojideki gelişimle, özellikle elektronik medyanın ortaya koyduğu iletişim kanallarındaki çeşitliliğin çocuklardan yetişkinlere kadar her kesime cazip geldiği, ilgisini çektiği ve bu yoğun enformasyon altında, özellikle çocukların, sunulan malzemeyi seçme şansını

olmadan ve bilinçsizce doğrudan alarak etkilendiği ileri sürülmektedir (RTÜK, 2007). Bu noktada TV reklamları, müzik, gazete yazısı, reklam afişleri, e-postalar gibi çeşitli biçimlerde mesajların bireylere zorla benimsetildiği medyalar karşısında bireylerin farkındalıklarını ve seçiciliklerini sağlamak medya okuryazarlığının temel amacını oluşturmaktadır (Pekman, 2005).

Medya Okuryazarlığı ve Eğitimi

Gelişen teknolojilerle sürekli kendini yenileyerek bireylerin yaşamının her alanına hızlı bir şekilde giren medyaların bireylerin üzerindeki olumsuz etkilerine engel olmak ve bu medyalardan etkili bir şekilde yararlanabilmek için medya okuryazarlığı her kesimden ve her yaştan birey için kazanılması gereken önemli bir beceri haline gelmiştir. Bu becerilerin de kazandırılmasında eğitim ve öğretim kurumlarının sorumluluğu büyüktür.

Medya okuryazarlığı 21. yüzyılın eğitim yaklaşımı olarak ifade edilmektedir (Thoman ve Jolls, 2003). Özellikle görsel, işitsel ve yazılı medya karşısında savunmasız bir alıcı durumunda bulunan çocukların, ilköğretimden başlayarak medya karşısında bilinçlendirilmeleri gerektiği, böylelikle öğrencinin; medya karşısında pasif bir alıcı olmak yerine, medyayı okuyabilen, medyanın dilini çözebilecek bilinç düzeyine ulaşmış iletişim olgusunda aktif bir birey olacağı açıklanmaktadır (RTÜK, 2007).

Medya okuryazarlığının önemli bir hale gelmesi ve özellikle bireylerin eğitimlerinin başlangıcından itibaren medya okuryazarlığı hakkında bilinçlendirilmesi gerekçesi ile birçok eğitim kurumunda öğretim programlarında medya okuryazarlık eğitimine yer verme çalışmaları başlamıştır. İlk olarak özellikle Batı ülkelerinde, 1980'lerden sonra ABD ve Kanada gibi ülkelerde mevcut programlara medya okuryazarlık eğitimi dâhil edilmiştir (Altun, 2008). Ülkemizde medya okuryazarlığı ise çocukların ve gençlerin kitle iletişim araçlarının özellikle TV'nin olumsuz etkilerine karşı bilinçlenmeleri amacıyla Radyo Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) ve Milli Eğitim Bakanlığı'nın işbirliği ile 2006-2007 öğretim yılında Adana, Ankara, Erzurum, İstanbul ve İzmir'i kapsayan 5 ildeki belirlenen okullarda seçmeli olarak medya okuryazarlığı dersi verilmeye başlanmıştır. Bu ders kapsamında öğrencilere kitle iletişim araçlarının işlevleri, amaçları, önemi, medya okuryazarlığının anlamı, televizyon yayıncılığı ve program türleri, televizyonun etkileri, televizyon izleme alışkanlıkları, program analizleri, akıllı işaretler, radyonun işlevleri ve etkileri, gazete, dergi haberleri, internet kullanımı konularında bilgiler verilmektedir (RTÜK, 2007). Bu dersi verecek öğretmenler için ise "Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı ve Öğretmen Kılavuzu" hazırlanmıştır.

Bugünün öğrencilerinin medyanın etkin olduğu ortamlarda büyümesi, öğretmenlerin farklı kültürden gelen öğrencilerin nasıl öğreneceğini anlayabilmesi ve medyanın öğrenciler üzerindeki olumlu etkisini artırıp, olumsuz etkisini azaltmak için onları yönlendirmesi ve model olabilmesi için etkin bir medya okuryazarı olmaları gerektiği ifade edilmektedir (Adıgüzel, 2005). Diğer yandan sorgulayıcı bir medya izler kitlesi oluşturmayı amaçlayan medya okuryazarlığını eğitim programlarına koymanın en önemli girdisinin eğitimcilerin oluşturacağı ve özellikle bu dersi verecek olan öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeylerinin önemli olduğu ifade edilmektedir (Altun, 2006). Bununla birlikte medya okuryazarlığı ile ilgili eğitimin eğitim fakültelerinde de verilmesi gerektiği, özellikle ilköğretim çağındaki çocuklara bu eğitimi verecek olan öğretmen adayları için seminerler düzenlenilmesi gerektiği ileri sürülmektedir (Topuz, 2007). Bu noktadan hareketle medya okuryazarlık eğitiminde önemli bir rol alacak öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeylerini belirlemek, medya okuryazarlık düzeylerini etkileyen faktörleri ortaya koymak önemlidir.

YÖNTEM

Bu bölümde araştırma modeli, çalışma grubu, veri toplama aracı ve verilerin çözümlenmesine ilişkin bilgilere yer verilmiştir.

Araştırma Modeli

Araştırma, öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeylerini belirlemek ve bilgisayar sahipliği, internet sahipliği, gazete/dergi takip etme, TV izleme sıklığı ve internet kullanım sıklığı değişkenlerinin medya okuryazarlık düzeyi üzerindeki etkisini açıklamak için betimsel ilişkisel bir araştırma modeli ile desenlenmiştir.

Araştırmada frekans, yüzde, ortalama, standart sapma, t testi, korelasyon ve ANOVA kullanılmıştır.

Çalışma Grubu

Bu araştırmanın çalışma grubunu, 2007-2008 öğretim yılında Uşak Üniversitesi Eğitim Fakültesi'nde Türkçe Öğretmenliği, Sınıf Öğretmenliği ve Sosyal Bilgiler Öğretmenliği olmak üzere üç farklı bölümün 2. ve 3. sınıfında okuyan 495 öğretmen adayı oluşturmuştur.

Veri Toplama Aracı:

Çalışmada veriler araştırmacılar tarafından geliştirilen “Medya Okuryazarlık Düzey Belirleme Ölçeği” ile toplanmıştır. Veri toplama aracı; öğretmen adaylarının sosyo-demografik özelliklerini belirlemeye yönelik 6 soru, öğretmen adaylarının kitle iletişim araçları ile olan ilişkisini ortaya koymaya yönelik 8 soru ve medya okuryazarlığı düzeyini belirlemeye yönelik 17 sorunun yer aldığı üç bölümden oluşmuştur. Medya okuryazarlığını belirlemeye yönelik sorular 5’li likert tipinde “1=Hiçbir zaman, 2=Nadiren 3=Ara Sıra, 4=Sıklıkla ve 5=Her zaman”ı ifade edecek şekilde derecelendirilmiştir.

Geçerlilik Çalışmaları;

“Medya Okuryazarlığı Düzey Belirleme Ölçeği” oluşturulurken öncelikle 85 madde içeren bir soru havuzu oluşturulmuştur. Daha sonra ilgili alanlardan 5 uzman görüşüne başvurulmuştur. Sorulardaki ifadelerin anlaşılabilirliği, dili ve ölçme amacına uygunluğu bakımından incelenen ölçekten, uzmanların %90’ının uygun bulduğu maddeler dışındakiler ölçekten atılmıştır.

Daha sonra kalan 41 sorunun yapı geçerliliğini sağlamak için 50 kişiye ön uygulama yapılmış, elde edilen verilerle açımlayıcı faktör analizi ve güvenilirlik çalışmaları yapılmıştır. Açımlayıcı faktör analizi sonunda faktör yükü 0.4’ten düşük olanlar ve birden çok faktöre dağılmış olan maddeler ölçekten atılarak ölçeğe son hali verilmiştir.

Ölçekteki maddelerin faktörlere dağılımlarını belirlemek amacıyla açımlayıcı faktör analizi yapılmış ve ölçeğin “bilgi sahibi olmak”, “analiz edebilme ve tepki oluşturabilme”, yargılayabilme/örtük mesajları görebilmek” olmak üzere 3 faktörde toplandığı bulunmuştur. 17 madde ve 3 faktörden oluşan “Medya Okuryazarlığı Düzey Belirleme Ölçeği” toplam varyansın %42,5’ni açıklamıştır. Ölçeğe ilişkin faktörler ve faktör yükleri Tablo1’de verilmiştir;

Tablo1. Medya Okuryazarlığı Düzey Belirleme Ölçeği'nin Faktörlere Göre Dağılımı

	Madde	Faktör Yükleri
Bilgi Sahibi Olmak	Kitle iletişim araçlarında yer alan mesajların doğruluğuna ve yanlışlığına kendim karar verebilirim.	,732
	Kitle iletişim araçları tarafından üretilen tüketim kültürü, şiddet vb. değerlerin farkına varırım.	,539
	Mesajların hangi amaçlarla (sosyal sorumluluk, tüketim, bilgi verme, eğlendirme vb.) oluşturduğunu fark ederim.	,577
	Kitle iletişim araçlarındaki yayınların olumlu ve olumsuz yanlarını belirlerim.	,545
	Kitle iletişim araçlarında verilen mesajlara eleştirel bir bakış açısıyla bakarım.	,538
	Kitle iletişim araçlarının bireyleri nasıl etkilediği konusunda yeterliliğe sahibim.	,448
	Kitle iletişim araçlarının politik, ekonomik, kültürel ve sosyal önceliklerinin olduğunu fark ederim.	,415
Analiz Edebilme ve Tepki Oluşturabilme	Kitle iletişim araçlarındaki mesajlara olumlu ve olumsuz tepki veririm.	,684
	Kitle iletişim araçlarındaki yayınların olumsuzluklarından korunma konusunda önerilerde bulunurum.	,650
	Verilen mesajların farklı kitle iletişim araçlarında farklı biçimlerde oluşturulduğunu bilirim.	,631
	Kitle iletişim araçlarının yayınlarında kanuni ve etik kurallara bağlı kalınıp kalınmadığını takip ederim	,481
	Birey olarak kitle iletişim araçlarındaki üretim sürecine ne kadar etkim olacağını bilirim	,472
	Kitle iletişim araçlarında yanlı habercilik yapıldığının hemen farkına varırım.	,432
Yargılayabilme, Örtük Mesajları Görebilme	Kitle iletişim araçlarında yapılan gizli reklamı fark ederim.	,745
	Sponsorların yayın üzerindeki etkisini gözlemleyebilirim.	,742
	Kitle iletişim araçlarının aktardığı örtük (geride kalan mesajların farkına varırım	,496
	Kitle iletişim araçlarıyla verilen mesajlardaki anlamları çözümlenmede yeterliliğe sahibim.	,485

Güvenirlilik Çalışmaları;

Ölçeğin güvenirlilik çalışmaları için güvenirlilik katsayısı olan cronbach alpha hesaplanmıştır. 17 maddelik Medya Okuryazarlığı Düzey Belirleme Ölçeği'nin cronbach alpha katsayısı ,840 olarak bulunmuştur. Ölçeğe ilişkin alt faktörlerin güvenirlilik katsayıları Tablo2'de verilmiştir.

Tablo2. Medya Okuryazarlığı Düzey Belirleme Ölçeği'nin alt faktörlerine ilişkin güvenirlilik katsayıları

Faktör	Güvenirlilik katsayısı (Cronbach Alpha)
Bilgi Sahibi Olma	,721
Analiz Edebilme ve Tepki Oluşturabilme	,705
Yargılayabilme, Örtük Mesajları Görebilme	,680

BULGULAR VE YORUMLAR

Öğretmen adaylarının değişkenlerin etkisini gözetmeksizin var olan medya okuryazarlık düzeylerine ilişkin maddelere verdikleri cevapların ortalamaları ve standart sapmaları Tablo 3.'de verilmiştir.

Tablo 3. Öğretmen Adaylarının Medya Okuryazarlık Düzeyi Ölçeği Cevapları

Faktör	Madde	\bar{X}	SS
Bilgi Sahibi Olmak	Kitle iletişim araçlarında yer alan mesajların doğruluğuna ve yanlılığına kendim karar verebilirim.	4,07	,89
	Kitle iletişim araçları tarafından üretilen tüketim kültürü, şiddet vb. değerlerin farkına varırım.	4,29	,73
	Mesajların hangi amaçlarla (sosyal sorumluluk, tüketim, bilgi verme, eğlendirme vb.) oluşturduğunu fark ederim.	4,16	,81
	Kitle iletişim araçlarındaki yayınların olumlu ve olumsuz yanlarını belirlerim.	4,08	,87
	Kitle iletişim araçlarında verilen mesajlara eleştirel bir bakış açısıyla bakarım.	3,87	,88
	Kitle iletişim araçlarının bireyleri nasıl etkilediği konusunda yeterliliğe sahibim.	3,79	,90
	Kitle iletişim araçlarının politik, ekonomik, kültürel ve sosyal önceliklerinin olduğunu fark ederim.	3,98	,90
	Toplam	4,03	,52
Analiz Edebilme ve Tepki Oluşturabilme	Kitle iletişim araçlarındaki mesajlara olumlu ve olumsuz tepki veririm.	3,81	1,01
	Kitle iletişim araçlarındaki yayınların olumsuzluklarından korunma konusunda önerilerde bulunurum.	3,17	1,10
	Verilen mesajların farklı kitle iletişim araçlarında farklı biçimlerde oluşturulduğunu bilirim.	3,79	,99
	Kitle iletişim araçlarının yayınlarında kanuni ve etik kurallara bağlı kalınıp kalınmadığını takip ederim	3,35	1,16
	Birey olarak kitle iletişim araçlarındaki üretim sürecine ne kadar etkim olacağını bilirim.	3,09	1,08
	Kitle iletişim araçlarında yanlı habercilik yapıldığının hemen farkına varırım.	4,21	,89
	Toplam	3,57	,64
Yargılayabilme, Örtük Mesajları Görebilme	Kitle iletişim araçlarında yapılan gizli reklamı fark ederim.	3,82	1,01
	Sponsorların yayın üzerindeki etkisini gözlemleyebilirim.	3,89	1,06
	Kitle iletişim araçlarının aktardığı örtük (geride kalan mesajların farkına varırım	3,75	,85
	Kitle iletişim araçlarıyla verilen mesajlardaki anlamları çözümlemede yeterliliğe sahibim.	3,88	,79
	Toplam	3,84	,65

Tablo 3'den görüldüğü gibi öğretmen adaylarının medya okuryazarlık ölçeği maddelerinin ortalamaları 3.09 ile 4,29 arasında değişmektedir. Öğretmen adaylarının en yüksek medya okuryazarlık düzeylerinin “Bilgi Sahibi Olmak” faktöründe olduğu ($\bar{X}=4,03$), diğer yandan en düşük ise “Analiz Edebilme ve Tepki Oluşturabilme” ($\bar{X}=3,57$) faktöründe olduğu ortaya çıkmıştır. Bu sonuç öğretmen adaylarının medyadan gelen mesajların farkında olduklarını, bu mesajlara eleştirel bakabilme ve içerik hakkında kendini yönlendirebilme becerilerinin yüksek olduğunu, bunun yanında

gelen mesajlarının içeriklerini analiz ederek tepki verme, süreçteki kendi etkilerinin farkında olma becerilerinin biraz daha düşük olduğunu göstermektedir. Genel olarak öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeylerine bakıldığında ise toplam ortalama 3,82 olarak bulunmuştur. Bu da öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeylerinin ortalamasının üzerinde olduğunu göstermektedir.

Tablo 4. Öğretmen adaylarının bilgisayar sahipliği açısından medya okuryazarlık düzeyleri t testi sonuçları

		N	\bar{X}	SS	t	p
Bilgisayar sahipliği	Evet	280	3,85	,49749	2,145	,032
	Hayır	215	3,76	,50891		

Tablo 4’den görüldüğü gibi öğretmen adaylarının %56’sının (N=280) bilgisayara sahip olduğu, %44’nün (N=215) ise sahip olmadığı ortaya çıkmıştır. Bilgisayara sahip olup olmalarına göre medya okuryazarlık düzeylerine bakıldığında ise bilgisayara sahip olanların medya okuryazarlık düzeylerinin sahip olmayanlara göre anlamlı derecede farklılık gösterdiği ($t=2,145$ $p<0.05$) ve bilgisayara sahip bireylerin medya okuryazarlık düzeylerinin yüksek olduğu görülmektedir.

Bu sonuç bilgisayarların medya okuryazarlığı üzerinde anlamlı ve olumlu bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Özellikle, metin, görsel, işitsel, video, İnternet, Web gibi birçok farklı medyayı içermesi ve bireylerin bu medyalara ulaşmasında aracı bir araç olmasıyla bilgisayarların medya okuryazarlığının kazanılmasında, geliştirilmesinde önemli olduğu söylenebilir.

Tablo 5. Öğretmen adaylarının internete erişim açısından medya okuryazarlık düzeyleri t testi sonuçları

		N	\bar{X}	SS	t	p
İnternete Erişim	Evet	219	3,877	,48038	2,437	,015
	Hayır	276	3,76	,49844		

Tablo 5’den görüldüğü gibi öğretmen adaylarının %44,24’ünün (N=219) internet erişiminin olduğu, %55,75’inin (N=276) ise sahip olmadığı ortaya çıkmıştır. İnternet erişimine sahip olup olmalarına göre medya okuryazarlık düzeylerine bakıldığında ise internet erişimi olanların medya okuryazarlık düzeylerinin olmayanlara göre anlamlı derecede farklılık gösterdiği ($t=2,437$ $p<0.05$) ve internet erişimine sahip bireylerin medya okuryazarlık düzeylerinin yüksek olduğu görülmektedir.

Bu sonuç internetin medya okuryazarlık düzeyinde anlamlı ve olumlu bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. İnternet erişimi olan bireylerin internet ortamındaki bilgiye erişim, haber okuma, gündemi takip etme, e-posta, chat ya da forum gibi ortamlarda iletişim kurma, farklı kaynaklara erişim, eğitsel araştırma yapma gibi birçok etkinliklerde bulunmasının bu medyalarla olan etkileşimini arttırdığı söylenebilir.

Tablo 6. Öğretmen adaylarının gazeteleri takip etmeleri açısından medya okuryazarlık düzeyleri t testi sonuçları

		N	\bar{X}	SS	t	p
Gazeteleri takip etme	Evet	278	3,877	,49509	3,096	0,002
	Hayır	217	3,7369	,50619		

Tablo 6’den görüldüğü gibi öğretmen adaylarının %56,16’sının (N=278) gazeteleri sürekli takip ettiği, %43,8’inin (N=217) ise gazeteleri takip etmediği ortaya çıkmıştır. Öğretmen adaylarının gazete takip edip etmemelerine göre medya okuryazarlık düzeylerine bakıldığında ise gazeteleri takip edenlerin medya okuryazarlık düzeylerinin etmeyenlere göre anlamlı derecede farklılık gösterdiği

($t=3,096$ $p<0.05$) ve gazeteleri takip eden bireylerin medya okuryazarlık düzeylerinin yüksek olduğu görülmektedir.

Bu sonuç gazete takip etmenin medya okuryazarlık düzeyine anlamlı ve olumlu bir etkisi olduğunu göstermektedir. Buna göre gazete takip etmenin, farklı haberleri analiz edebilme, gazetelerde verilen bilgilere eleştirel yaklaşabilme, çıkarımlarda bulunma, etkili dil kullanımını geliştirme gibi becerileri geliştirmesiyle etkili medya okuryazarlığı için gerekli unsurlara olumlu etki ettiği ifade edilebilir.

Tablo 7. Öğretmen adaylarının TV izleme sıklıkları açısından medya okuryazarlık düzeyleri ANOVA sonuçları

TV izleme sıklığı	N	\bar{X}	SS	F	p
1) Haftada 1 saatten az	55	3,6856	,56106	2,902	,022
2) Haftada 1-5 saat	162	3,8330	,52166		
3) Haftada 6-10 saat	155	3,7762	,47136		
4) Haftada 10-20 saat	82	3,9585	,48897		
5) Haftada 20 saatten fazla	40	3,7967	,45585		
Toplam	494	3,8166	,50435		

Tablo 7’den görüldüğü gibi öğretmen adaylarının çoğunluğunun (N=162) haftada “1-5” saat arası TV izlediği, diğer yandan en yüksek medya okuryazarlık düzeyine ($\bar{X}=3,95$) ise haftada “10-20” saat TV izleyenlerin sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Öğretmen adaylarının TV izleme sıklıkları açısından medya okuryazarlık düzeyleri karşılaştırıldığında ise, TV izleme sıklıklarına göre medya okuryazarlık düzeyleri arasındaki anlamlı farklılıklar ($F=2,902$, $p<0,05$) bulunmuştur.

Bu sonuca göre TV’nin özellikle aynı anda milyonlarca kişiye erişebilmesi ve aynı anda dünyanın birçok farklı bölgesindeki bireylere aynı içeriği iletmesi, mesajlar vermesi, tüm dünyadaki gündemi herkese aktarması ile bireylerin bilgilerinin güncelliğini sağlamakta olduğu ileri sürülebilir. Ayrıca haberler, reklamlar ve çeşitli programlar gibi yayınlarla bireylerin içerik üzerinde eleştirel düşüncelerini geliştirmekte olduğu ve dünyanın farklı kesiminden insanlarla etkileşimini sağladığı ifade edilebilir.

Tablo 8. Öğretmen adaylarının İnternet kullanım sıklıkları açısından medya okuryazarlık düzeyleri ANOVA sonuçları

İnternet kullanım sıklığı	N	\bar{X}	SS	F	p
1) Haftada 1 saatten az	76	3,5935	,54168	5,336	,000
2) Haftada 1-5 saat	216	3,8200	,48227		
3) Haftada 6-10 saat	115	3,8678	,49065		
4) Haftada 10-20 saat	50	3,9084	,48390		
5) Haftada 20 saatten fazla	38	3,9559	,50572		
Toplam	495	3,8157	,50431		

Tablo 8’den görüldüğü gibi öğretmen adaylarının çoğunluğunun (N=216) haftada “1-5” saat arası İnternet kullandığı, diğer yandan en yüksek medya okuryazarlık düzeyine ($\bar{X}=3,95$) ise “haftada 20 saatten fazla” İnternet kullananların sahip olduğu bulunmuştur. İnternet kullanım sıklıklarına göre medya okuryazarlık düzeyleri arasındaki farklılıklara bakıldığında ise anlamlı farklılıklar ($F=5,336$, $p<0,05$) bulunmuş, İnternet kullanım sıklığının arttıkça medya okuryazarlık düzeyinin de arttığı ortaya çıkmıştır.

İnternetin diğer medyaları da (gazete, dergi, kitap, TV, bilgisayar) içine alacak şekilde çok geniş bir kapsama sahip olması, diğer medyalara göre daha hızlı bilgiye erişim, aynı anda daha çok kişi ile etkileşim ve daha çeşitli içeriğe erişim sağlamasıyla medya okuryazarlık düzeyine olumlu etki ettiği söylenebilir. Diğer yandan İnternet eğitim, iletişim, alışveriş, oyun, hobi vs. gibi bireylerin yaşamında önemli rol oynayan birçok etkinliği de barındırmasıyla da bireylere farklı beceriler ve deneyimler

kazandırdığı dolayısıyla medya okuryazarlık düzeylerini de geliştirdiği ifade edilebilir. Ayrıca İnternet okuryazarlığına sahip bireylerin belirli düzeylerde bilgi okuryazarlığı, bilgisayar okuryazarlığı, teknoloji okuryazarlığı gibi diğer okuryazarlıklara da sahip olacağı söylenebilir.

SONUÇLAR VE ÖNERİLER

Çalışma sonucunda ortaya çıkan bulgular aşağıda özetlenmiştir;

- 1) Öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeyleri yüksektir.
- 2) Bilgisayara sahip olmak medya okuryazarlık düzeyini anlamlı ve olumlu bir şekilde etkilemektedir.
- 3) İnternete erişim medya okuryazarlık düzeyini anlamlı olumlu bir şekilde etkilemektedir.
- 4) Düzenli gazete takip etmek medya okuryazarlık düzeyini anlamlı ve olumlu bir şekilde etkilemektedir.
- 5) Haftada ortalama 10-20 saat TV izlemek medya okuryazarlık düzeyini olumlu bir şekilde etkilemektedir.
- 6) İnternet kullanım sıklığı artıkça medya okuryazarlık düzeyi de artmaktadır.

Yukarıdaki sonuçlar farklı medyaları kullanmanın ve kullanım sıklığının medya okuryazarlık düzeyleri üzerinde etkisi olduğunu göstermektedir. Bilginin hızla küreselleşmesi ve teknolojiye sürekli gelişim eğitim öğretim ortamlarında da yenilikleri ve farklı becerileri gerektirmektedir. Bireyler çağa ayak uydurabilmek, bilgiye erişebilmek, birbirleri ile iletişim kurabilmek ve gündemi takip edebilmek için bu teknolojileri en etkili şekilde kullanmaları gerekmektedir.

Özellikle eğitim-öğretim kapsamında farklı teknolojilerin ve ortamların içerikleri ile birlikte etkili bir şekilde kullanılması açısından vurgulanan medya okuryazarlığı hem öğrenciler hem de öğretmenler açısından önemli bir unsur haline gelmiştir. Ülkemizde de bu gelişmeler doğrultusunda yapılan çalışmaların başında MEB ve RTÜK'ün işbirliği ile imzalanan ilköğretim seviyesinde "Medya Okuryazarlığı Dersi Taslak Öğretim Programı ve Öğretmen Kılavuzu" görülmektedir. Öğrencilerin farklı medyaları en etkin şekilde kullanmasını sağlamak, medyaların olumsuz etkilerini ortadan kaldırmak ve öğrencilere bazı temel beceri ve değerlerin kazandırılmasını amaçlayan bu program öğretmenlere yönelik hazırlanmıştır. Diğer yandan bu programı uygulayacak olan öğretmenlerin medya okuryazarlık düzeyleri ve medya okuryazarlık farkındalıkları önemlidir. Bu nedenle öğrencilere medya okuryazarlık becerilerini kazandırmada etkin bir şekilde görev alacak öğretmen adaylarının da mesleklerine adım atmadan önce de medya okuryazarlık eğitimi almaları ve belirli bir düzeyde medya okuryazarlık beceri ve farkındalığına sahip olmaları önerilebilir.

Ayrıca bu araştırma kapsamında geliştirilen "Medya Okuryazarlık Düzey Belirleme Ölçeği" yeniden şekillendirilerek ya da kapsamı genişletilerek, öğretmen adayları dışında farklı eğitim seviyesindeki öğrencilere, farklı alanlarda çalışanlara ya da farklı kesimden bireylere uygulanarak, medya okuryazarlık düzeyleri belirlenebilir.

KAYNAKÇA

- Adıgüzel, A. (2005). Avrupa Birliğine Uyum Sürecinde Öğretmen Niteliklerinde Yeni Bir Boyut: Bilgi Okur-Yazarlığı. *Milli Eğitim, Üç Aylık Eğitim ve Sosyal Bilimler Dergisi*. 33(167).
- ALA (American Library association). (1989). Presidential Committee on information literacy final report. 12.03 2009 tarihinde <http://www.ala.org/acrl/nili/ilit1st.html> adresinden erişildi.
- Altun, Arif. (2005). *Gelişen Teknolojiler ve Yeni Okuryazarlıklar*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Altun, Adnan. (2008). Türkiye'de Medya Okuryazarlığı. *İlköğretmen Eğitimci Dergisi*, Sayı: 16 Sayfa: 30-34.
- Altun, Abdulrezzak. (2006). 'Medya Okuryazarlığı Eğitimi: Önemi ve İhtiyaçları, *Medya Okuryazarlığı*, Editör: Nurçay Türkoğlu, İstanbul: Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Andersen, N. (2002). "New Media and New Media Literacy", Thinking Critically About Media: Schools and Families In Partnership Cable in the Classroom.
- Aufderheide, P. (1993). "Media Literacy: A Report of the National Leadership Conference on Media Literacy." Washington, DC, Aspen Institute.
- Baker, F. (2000). "Media Literacy State Teaching Standarts". 14.03.2007 tarihinde http://www.frankwbaker.com/state_lit.htm adresinden erişilmiştir.
- Hendrix, M. (1998). Media Literacy, *The English Journal*, 87(4). Literary Festival.
- İnceoğlu, Y. (2006), "Medyayı Doğru Okumak", *I. Uluslar arası Medya Okuryazarlığı Konferansı*, Marmara üniversitesi İletişim Fakültesi Konferans Metinleri, İstanbul.
- Levin, D. ve Diğerleri (2004). *Navigating the Children's Media Landscape: A Parent's and Caregiver's Guide*, By American Institutes for Research, Washington, DC.
- Pekman, C. (2005). Avrupa Birliğinde Medya Okuryazarlığı. *Medya Okuryazarlığı*, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi, İstanbul.
- Polat,C., Odabaş, H. (2008). *Bilgi Toplumunda Yaşam Boyu Öğrenmenin Anahtarı: Bilgi Okuryazarlığı*. Atatürk Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü. 07.03.2009 tarihinde <http://acikarsiv.atauni.edu.tr/fulltext/37.pdf> adresinden erişilmiştir.
- Potter, W. J. (1998). Media Literacy. California: Sage Publications.
- RTUK, (2007). İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretmen El Kitabı. Ankara. 09.03.2009 tarihinde <http://www.medyaokuryazarligi.org.tr/kaynaklar/MEDYAlkitabı.doc> adresinden erişilmiştir.
- Samuelson, R. J. (2003). *Adventure in Agelessness*, Newsweek Article.
- Shapiro, J. J. ve S. K. Hughes. (1996). "Information literacy as a liberal art: enlightenment proposals for a new curriculum", *Educom Review*, March/April: 31–35.
- Thoman, E. ve Jolls, T. (2003). Literacy for 21st Century An Overview & Orientation Guide to Media Literacy Education, Center for Media Literacy.
- Topuz, H. (2006). 'Medya Eğitimi: Medya Çözümlemesi', *Medya Okuryazarlığı*, Editör: Nurçay Türkoğlu, İstanbul: Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları
- www.ofcom.org. Ofcom Media Literacy Bulletin, (2006), Erişim tarihi: 28.01.2008.