



**ÖĞRETMEN ADAYLARININ MEDYA OKURYAZARLIK
BECERİLERİ İLE DEĞER ALGILARI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN
İNCELENMESİ**

Lütfiye Nur Karadeli

YÜKSEK LİSANS TEZİ

TEMEL EĞİTİM ANA BİLİM DALI

**GAZİ ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

EYLÜL, 2024

TELİF HAKKI VE TEZ FOTOKOPİ İZİN FORMU

Bu tezin tüm hakları saklıdır. Kaynak göstermek koşuluyla tezin teslim tarihinden itibaren yirmi dört (24) ay sonra tezden fotokopi çekilebilir.

YAZARIN

Adı : Lütfiye Nur

Soyadı : KARADELİ

Bölümü : Sınıf Eğitimi

İmza :

Teslim Tarihi :

TEZİN

Türkçe Adı : Öğretmen Adaylarının Medya Okuryazarlık Becerileri İle Değer
Algıları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

İngilizce Adı : Investigating the Relationship Between Media Literacy Skills of
Prospective Teachers and Their Perceptions of Values

ETİK İLKELERE UYGUNLUK BEYANI

Tez yazma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyduğumu, yararlandığım tüm kaynakları kaynak gösterme ilkelerine uygun olarak kaynakçada belirttiğimi ve bu bölümler dışındaki tüm ifadelerin şahsıma ait olduğunu beyan ederim.

Yazar Adı Soyadı: Lütfiye Nur KARADELİ

İmza:

JÜRİ ONAY SAYFASI

Lütfiye Nur Karadeli tarafından hazırlanan “Öğretmen Adaylarının Medya Okuryazarlık Becerileri İle Değer Algıları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi” adlı tez çalışması aşağıdaki jüri tarafından oy birliği/ oy çokluğu ile Gazi Üniversitesi Temel Eğitim Anabilim Dalı’nda Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Danışman: Prof. Dr. Selma YEL

Sınıf Eğitimi Anabilim Dalı, Gazi Üniversitesi

Üye: Dr. Öğr. Üyesi Elif Büşra UZUN

Sınıf Eğitimi Anabilim Dalı, Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi

Başkan: Prof. Dr. Mehmet Akif SÖZER

Sınıf Eğitimi Anabilim Dalı, Gazi Üniversitesi

Tez Savunma Tarihi: 02/09/2024

Bu tezin Sınıf Eğitimi Anabilim Dalı’nda Yüksek Lisans tezi olması için şartları yerine getirdiğini onaylıyorum.

Prof. Dr. Şaban ÇETİN

Eğitim Bilimleri Enstitü Müdürü

.....



Anneme ve Babama...

TEŞEKKÜR

Yüksek lisans dönemimde bana her zaman vakit ayıran, beni her zaman daha ileriye taşıyan, hayallerimi büyüten, karakteri ile kendime örnek aldığım saygıdeğer danışman hocam Prof. Dr. Selma YEL'e gönülden teşekkürlerimi sunarım.

Zaman ayırarak tez savunma komiteme katılımlarından dolayı onur duyduğum kıymetli hocalarım Prof. Dr. Mehmet Akif SÖZER ve Dr. Öğr. Üyesi Elif Büşra UZUN'a, sordukları sorularla beni en doğruya yönlendirdikleri için sonsuz teşekkür ederim.

Lisans dönemimde hayatıma dokunan ve akademik kariyer yapma konusunda beni cesaretlendiren değerli hocam Prof. Dr. Ergün ÖZTÜRK'e; yüksek lisans tezimi bitirmeye yakın olduğum dönemde tanıştığım, bizzat dersine girmesem de manevi öğrencisi olduğum sayın hocam Doç. Dr. Derya EVGİN'e minnettar olduğumu belirtmek isterim.

Yüksek lisans eğitimimin başından sonuna kadar bana her zaman destek olan, cömertçe yardım eden, motivasyon kaynağım Arş. Gör. Yasemin SÖNMEZ GÜMÜŞHAN hocama ne kadar teşekkür etsem azdır.

Sürecin en başında henüz üniversite tercihlerimi yaparken beni keşfeden abim Hakan ALTINKAYNAK ve akademi yolunda ilerlemem için beni teşvik eden, bana abla olan sevgili eşi Miray ALTINKAYNAK'a teşekkürü bir borç bilirim.

Dualarıyla yoluma ışık saçan rahmetli babaannem Lütfiye KARADELİ'ye, bana gözü gibi bakan, benim için imkansız olanı mümkün kılan, hayatımın kahramanı canım babam Murat KARADELİ'ye, her durumda önceliği benim derslerim olan, bana en uygun çalışma ortamını her zaman sunan fedakar annem Nilgün KARADELİ'ye, beni başarı ve başarısızlıklarım ile seven, beni ben olduğum için kabul eden canımdan parça kardeşim Doğuhan KARADELİ'ye, varlığıyla bana kız kardeş olan değerli eşi Gizem KARADELİ'ye ve neşe kaynağım biricik yeğenim Zeynep KARADELİ'ye tüm yüreğimle teşekkür ederim. Son olarak tüm zorluklara rağmen pes etmediğim için kendime ve bana tüm bu güzellikleri nasip ettiği için Rabb'ime şükranlarımı sunuyorum.

ÖĞRETMEN ADAYLARININ MEDYA OKURYAZARLIK BECERİLERİ İLE DEĞER ALGILARI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

(Yüksek Lisans Tezi)

Lütfiye Nur Karadeli

GAZİ ÜNİVERSİTESİ

EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

Eylül 2024

Öz

Teknoloji alanında yaşadığımız hızlı gelişmelerin insan yaşamına olumlu ve olumsuz etkileri bulunmaktadır. Bu etkiler çeşitli medya araçları vasıtasıyla yaşamımıza nüfuz etmektedir. Medyanın aktardıkları mantık süzgecinden geçirilmeden “doğru” kabul edildiğinde etik değerlerin yozlaşma süreci başlamakta ve sonunda değerlerin yok olması tehlikesi ile karşılaşmaktadır. Bu noktada medya okuryazarı bireyler olmak günümüzün en önemli gerekliliklerinden biri haline gelmiştir. Öte yandan medya değer algısını şekillendiren etkenlerden biridir. Dolayısıyla medya bir değer aktarım aracı olarak da kullanılabilir. Değerlerin aktarılmasında en büyük rol de öğretmenlerdedir. Bilhassa sınıf öğretmenleri çocukları karakter gelişimlerini büyük oranda tamamlayacakları dönemde bilinçlendirerek ve medya kullanımında doğru örnek olarak çocukların değer yargılarını etkilemesini kontrol altında tutabilir. Bu gerekçeyle medya okuryazarlığı eğitiminin en temelde ilkokulda sınıf öğretmeni tarafından verilmesi gerektiği düşünülmektedir. Özellikle sınıf öğretmeni adaylarının medyanın değer algısı üzerindeki tesirinin farkında olması ve medya okuryazarı bireyler olması önem teşkil etmektedir. Medya okuryazarı olan dolayısıyla medyanın değerleri nasıl şekillendirdiğinin farkında olan öğretmen adaylarının mesleğe

başladıklarında değer öğretimi sürecinde bu faktöre de dikkat edebilecekleri düşünülmektedir. Bu doğrultuda çalışmanın amacı sınıf öğretmeni adaylarının medya okuryazarlığı becerileri ile değer algıları arasındaki ilişkinin incelenmesidir. Araştırmanın çalışma grubu 2023-2024 öğretim yılında İç Anadolu’da bir devlet üniversitesinde Sınıf Öğretmenliği lisans programında öğrenim görmekte olan 136 kadın (%76,8), 41 erkek (%23,2) olmak üzere toplam 177 öğretmen adayından oluşmaktadır. Araştırma süresine veriler Medya Okuryazarlığı Becerileri Ölçeği ve Portre Değerler Anketi ile toplanmıştır. Çalışmada normal dağılımın olduğu gruplarda parametrik testlerden Bağımsız Gruplar T Testi ve ANOVA, verilerin normal dağılmadığı gruplarda none parametrik testlerden Mann-Whitney U Testi ve Kruskal Wallis Testi uygulanmıştır. Son olarak PDA ve MBOÖ ölçeklerinden elde edilen veriler arasındaki ilişkiyi öğrenmek adına Pearson Korelasyon Testi uygulanmıştır. Yapılan analizler sonucunda sınıf öğretmeni adaylarının değer algıları ile medya okuryazarlık becerileri arasında pozitif yönde ve düşük seviyede anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir ($r = .237$, $p < .01$).

Anahtar Kelimeler : Medya, Medya Okuryazarlığı, Değer, Değer Algısı, Sınıf Öğretmeni Adayları
Sayfa Adedi : VI+94
Danışman : Prof. Dr. Selma YEL

INVESTIGATING THE RELATIONSHIP BETWEEN MEDIA LITERACY SKILLS OF PROSPECTIVE TEACHERS AND THEIR PERCEPTIONS OF VALUES

(M.S Thesis)

Lütfiye Nur Karadeli

GAZI UNIVERSITY

GRADUATE SCHOOL OF EDUCATIONAL SCIENCES

September 2024

ABSTRACT

The rapid advancements in technology in the field have both positive and negative impacts on human life. These effects permeate into our lives through various media channels. When media messages are accepted as "true" without passing through the filter of critical thinking, there is a risk of ethical values undergoing a process of corruption, potentially leading to their eventual erosion. Hence, being media literate has become one of the most essential requirements of our time. Moreover, media plays a significant role in shaping our perception of values. Therefore, it can also be utilized as a tool for transmitting values. Teachers, particularly elementary school teachers, play a crucial role in shaping children's character development and in guiding children to use media responsibly by setting correct examples. For this reason, it is considered essential that media literacy education be primarily provided by classroom teachers in primary school. Especially, prospective elementary school teachers need to be aware of the influence of media on value perception and strive to become media-literate individuals. It is believed that teachers who are aware of how media shapes values can pay attention to this factor in the process of teaching values when they begin their

profession. In line with these considerations, the purpose of this study is to examine the relationship between prospective elementary school teachers' media literacy skills and their perceptions of values. The research group consists of 177 teacher candidates enrolled in a Primary Education undergraduate program at a state university in İç Anadolu during the 2023-2024 academic year, comprising 136 females (76.8%) and 41 males (23.2%). Data for the study were collected using the Media Literacy Skills Scale and the Portrait Values Questionnaire. Parametric tests such as Independent Samples T-Test and ANOVA were applied to groups with normal distribution, while non-parametric tests like Mann-Whitney U Test and Kruskal-Wallis Test were used for groups without normal distribution. Finally, Pearson Correlation Test was employed to examine the relationship between the data obtained from the Portrait Values Questionnaire and Media Literacy Skills Scale. The analyses revealed a significant positive relationship at a low level between prospective elementary school teachers' perceptions of values and their media literacy skills ($r = .237$, $p < .01$).

Keywords : Media, Media Literacy, Value, Value Perception, Primary School
Teacher Candidates

Number of Pages : VI+94

Advisor : Prof. Dr. Selma YEL

İÇİNDEKİLER

BÖLÜM I.....	1
GİRİŞ	1
1.1. Problem Durumu.....	1
1.2. Araştırmanın Amacı	4
1.3. Araştırmanın Önemi	4
1.4. Varsayımlar(Sayıtlar).....	5
1.5. Sınırlılıklar.....	6
1.6. Tanımlar.....	6
BÖLÜM II	7
KURAMSAL ÇERÇEVE.....	7
2.1. Medya Kavramı.....	7
2.1.1. Medyanın Tarihsel Gelişimi	9
2.1.2. Medyanın İşlevleri	11
2.1.2.1. Bilgi ve Haber Verme.....	12
2.1.2.2. Kamuoyu Oluşturma.....	12
2.1.2.3. Toplumsallaştırma	13
2.1.2.4. Kültürel Devamlılık.....	14
2.1.2.5. Eğitim	14
2.1.2.6. Eğlendirme	15

2.2. Medya ve Çocuk	15
2.3. Okuryazarlık Kavramı	18
2.3.1. Medya Okuryazarlığı	20
2.3.2. Medya Okuryazarlığı Eğitimi.....	21
2.3.3. Dünyada Medya Okuryazarlığı.....	22
2.3.4. Türkiye’de Medya Okuryazarlığı	23
2.4. Değer Kavramı	24
2.4.1. Değerlerin Özellikleri	25
2.4.2. Değerlerin Sınıflandırılması	27
2.5. Değer ve Medya Okuryazarlığı İlişkisi.....	28
2.6. İlgili Araştırmalar	29
BÖLÜM III.....	33
YÖNTEM.....	33
3.1. Araştırma Modeli	33
3.2. Evren ve Örneklem	33
3.4. Verilerin Toplanması	34
3.4.1. Medya Okuryazarlığı Becerileri Ölçeği (MOBÖ)	35
3.4.2. Portre Değerler Anketi (PDA).....	35
3.5. Verilerin Analizi	36
BÖLÜM IV	38
BULGULAR.....	38
BÖLÜM V.....	47
SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER.....	47
KAYNAKLAR	52
EKLER.....	70

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1. Değerlerin Sınıflandırılması.....	27
Tablo 2. Araştırmanın Çalışma Grubu	34
Tablo 3. Portre Değerler Anketine İlişkin Bilgiler	36
Tablo 4. Sınıf Öğretmeni Adaylarının Değer Algıları	38
Tablo 5. Öğretmen Adaylarının Portre Değerler Anketinin Cinsiyete Göre T-Testi Sonuçları	40
Tablo 6. Öğretmen Adaylarının Değer Algılarının Sınıf Düzeylerine Göre ANOVA Sonuçları	41
Tablo 7. Sınıf Öğretmeni Adaylarının Medya Okuryazarlığı Becerileri	42
Tablo 8. Öğretmen Adaylarının Medya Okuryazarlığı Becerisinin Cinsiyete Göre Mann- Whitney U Testi Sonuçları	43
Tablo 9. Öğretmen Adaylarının Medya Okuryazarlık Becerilerinin Sınıf Düzeylerine Göre Kruskal Wallis Testi Sonuçları	44
Tablo 10. Sınıf Öğretmeni Adaylarının Değer Algıları ve Medya Okuryazarlık Becerileri Arasındaki İlişki	45

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. 25 yaş ve üstü nüfusun bitirilen eğitim seviyesine göre oranı.

Şekil 2. Medyanın değerler üzerindeki etkisi ve medya okuryazarlığı 25

BÖLÜM I

GİRİŞ

Bu bölümde problem durumu, araştırmanın amacı, araştırmanın önemi, varsayımlar (sayıtlar), kapsam ve sınırlılıklar ve tanımlar yer almaktadır.

1.1. Problem Durumu

Bir toplumun devamlılığını sağlayan ve insanları ortak noktalarda birleştiren temel öğeler olan değerler, tüm toplumlar için önemli kabul edilen ilkeler bütünüdür. Diğer bir deyişle değerler, doğruyu yanlış belirleyen standartlar niteliğindedir. Hoşgörür'e (2010) göre değerler, bir toplumun içinde yaşayan bireylerin deneyimlerinin birikimi iken; Zevalsiz'e (2014) göre değerler, bir olay veya durum ile ilgili fikirleri, tutumları, davranışları ve kararlara tesir eden düşünceler birliğidir. Değerler evrensel bir öneme sahiptir, çünkü bireylerin iyi-kötü, güzel-çirkin, doğru-yanlış gibi tercihlerde bulunurken verecekleri kararlari etkileyen ölçütlerdir (Şişman, 2000). Değer TDK sözlüğünde, "bir şeyin önemini belirlemeye yarayan soyut ölçü, bir şeyin değdiği karşılık, kıymet" olarak tanımlanmıştır (TDK, 2021). Uluslararası alan yazında ise değer, davranışlara kılavuzluk yapan prensipler, temel inançlar ve yapılan fiillerin yargılandığı ölçütler biçiminde tanımlanmaktadır (Halstead & Taylor, 2000). Hill ve Hunter'a (2023) göre değerler bir kültürün özünü oluşturan, bireylerin neye ehemmiyet verdiklerini öncelik sıralaması halinde belirledikleri bir gösterge olup yaşamlarını yasladıkları, geleceğe yön verdikleri ve kişi ya da durumları yargıladıkları temel inançlar sistemidir. Schwartz'a (2015) göre değerler, insanlar için önemli olan şeyi gösteren motive edici yapılardır. Değerler bireylerin; kişileri, nesneleri, davranış veya tutumların hangilerinin daha çok, hangilerinin daha az önemli olduğunu bu

sayede fark etmelerini sağlar. Dolayısıyla değerler, bireyin kişiliğinin merkez noktasında bulunmaktadır. Aspin (2007) bizi biz yapan değerlerin bağımsız öğeler olmadığını savunmaktadır. Değerler, insanın yaşamış olduğu toplumun kültürü ve bireyin bizzat kendi davranışları ile arasındaki ilişkinin bir parçasıdır. Bu ilişki sayesinde insan toplum içerisinde özgür bir birey olarak yetişir. Değerler kişileri, grupları ya da beğenilen her şeyi içeren toplumun sosyo-kültürel öğelerine anlam veren yapılardır (Özensel, 2003). Her geçen gün değişimin olduğu bu dünyada, önceden kabul gören yerel değerler günümüzde bulunduğu pozisyonu küresel değerlere bırakmıştır (Beceran & Bilgen, 2019). Küresel değerler içerisinde bulunan; hoşgörü, refah, adalet, uzmanlaşma, bilgi, barış, kalite ve özgürlük gibi değerler önemini arttırmıştır (Yazıcı, 2006).

Dünyada gün geçtikçe farklılaşan sosyal yapının doğurduğu bir takım sorunlar bulunmaktadır. Bu sorunlardan çocuklar da etkilenmektedir. Bu sebeple uluslararası çapta birçok eğitimci değişen dünyanın ortaya çıkardığı bu sorunlardan kurtulmanın yolunun değerler eğitiminden geçtiği kanaatindedir (Beceran & Bilgen, 2019). Okul, aile ve toplumun temel görevi küresel değerler olarak isimlendirilen, hayatlarının temelinde bu insani değerlere bağlı kalan bireyler yetiştirmek olmalıdır. Eğitim sisteminde değerlerin doğru aktarılmasına dair okulun payına düşen bu görevde en elzem husus öğretmenlerin üzerindeki sorumluluktur (Akbaba-Altun, 2003). Değerler bir bütün halinde eğitim sürecinin bütün safhalarında; öğrenme ortamının tertip edilmesinde, etkinliklerin yapılmasında, öğretim yöntem ve stratejisinin tespit edilmesinde, içeriğin geliştirilmesinde, sınıf içi tutum ve davranışlarda, öğretim stiline belirlenmesinde, disiplin çalışmalarında, öğrenciye dair tutum ve davranışlarda bulunmaktadır (Akt. Balcı & Yanpar-Yelken, 2010).

İnsanların çoğu günlerinin büyük bir bölümünde medyaya maruz kalmaktadır. Dolayısıyla medya ister istemez insan davranışlarını olumlu ve olumsuz yönlerden etkilemektedir (Sökmen & Nalçacı, 2020). Bu etkilerin öncelikle insanların düşünme biçimini ardından davranışlarla beraber inanç ve değerleri de değiştirebilmesi söz konusu olduğu söylenebilir. Değer algısının şekillenmesini etkileyen pek çok etken olabilir. Günümüzde medya da bu etkenler arasında bulunmaktadır. Kitap, dergi, gazete, radyo, televizyon, internet gibi bilgiyi aktaran araç, bilgiyi ileten veya içeren bütün çevreler birer medya olabilir (Andersen, 2002; Levin vd., 2004). Günlük yaşamın olmazsa olmaz bir parçası durumunda olan medya, bireylerin güncel olaylardan haberdar olmaları ve bilgi edinmeleri sağlamanın yanı sıra birbirleri ile iletişim halinde olarak paylaşımlarda bulunmalarını da sağlayarak bireyleri

çeşitli mesajlarla değişik biçimlerde etkilemektedir (Altun, 2005). Olumsuz etkileri en aza indirip, olumlu etkilerden faydalanmak için bireylerin bilinçlendirilerek medya okuryazarlığı becerilerinin gelişmesi elzemdir. Medya okuryazarlığı becerileri gelişmiş olan bireyler, medyanın değer algısı üzerindeki olumsuz etkilerinden daha az etkilenebilirler.

Okuryazarlık çeşitlerinden en kapsamlısı olan medya okuryazarlığı; bilgi okuryazarlığı, dijital okuryazarlık, sosyal medya okuryazarlığı gibi kendi içerisinde alt başlıklara ayrılmaktadır (Özsevinç, 2021). Dolayısıyla bütün bu becerilerin tamamı medya okuryazarlık kavramını oluşturmaktadır. Medya okuryazarlığının en geniş tanımı; kapsamlı ve çeşitli iletişim mesajlarına ulaşabilme, analiz edebilme, üretme ve değerlendirme olarak ifade edilmektedir (Aufderheide & Firestone, 1993). Potter (2004)'a göre medya okuryazarlığı; bireyin medyaya nasıl bir biçimde maruz kalışını anlama ve karşı karşıya geldiği mesajları yorumlama kabiliyetidir. İnal (2012), medya okuryazarlığını şu şekilde ifade etmektedir: “Çok fazla ve çeşitteki medya mesajlarına ulaşma, bunları analiz etme, değerlendirme ve iletme yeteneğidir.”

Medya Okuryazarlığı Merkezi (Center for Media Literacy) medya okuryazarlığını; kitap, video, internet gibi ortamlar aracılığıyla farklı şekillerde aktarılan iletilere ulaşma, analiz etme, değerlendirme ve üretmekle beraber demokraside yurttaşlar için elzem bir gereklilik olarak sorgulama ve kendini ifade etme yeteneğinin iyileşmesini sağlayan 21. yüzyıl eğitim biçimi şeklinde tanımlamaktadır (CML, 2018). Yapılan bir çalışmaya göre medya okuryazarlığının medya ile ilişkili olan şüpheyi en aza indirdiği ve eleştirel düşünme becerisini geliştirdiği sonucuna varılmıştır (McLean, Wertheim, Marques, & Paxton, 2016). Keller ve Share (2007) ise medya okuryazarlığı sayesinde, bireylerin medyanın manipulatif etkisinden korunduğunu ve iyi bir vatandaş olmak için gereken becerileri edinerek, sosyal yaşamda daha aktif bir rol almalarına katkı sağladığını açıklamaktadır.

Medya okuryazarlığını tanımlayan ifadeler gösteriyor ki, medya bireylerin değer algısının şekillenmesinde önemli bir etkiye sahiptir. Bu da medya okuryazarlığının değer algısının şekillenmesinde etkili olduğuna işaret etmektedir. Bireylerin medya okuryazarlığı becerilerinin gelişmesi, medyanın sunduğu etik ya da etik olmayan içerikleri bilinç süzgecinden geçirerek eleştirel bir bakış açısıyla yorumlamaya imkan tanımaktadır. Dolayısıyla medya okuryazarlığı becerileri gelişen bireylerin değer algıları daha doğru şekillenebilecektir. Toplumların kendi değerlerine sahip çıkması, değerlerini koruması gelişen dünya üzerinde etkin rol oynayabilmeleri için gerekli olduğu bilinmektedir. Bu

doğrultuda toplumumuzun geleceğine yön verecek olan yeni nesillerin yetiştirilmesinde medya okuryazarlığı eğitiminin önemli olduğu düşünülmektedir. Bu sebeple toplumumuzda yetişen bireylerin değer algısını oluşturma noktasında rol model olacak öğretmenlerin ilk olarak medya okuryazarlığı becerilerini geliştirmesi gerekmektedir. Dolayısıyla öğretmenlerin medya okuryazarlığının gelişmesi için öncelikle öğretmen adaylarına gerekli eğitimlerin verilmesinin daha uygun olacağı öngörülmüştür. Bu durumlar göz önüne alındığında alanyazında öğretmen adaylarının medya okuryazarlığı becerileri ile değer algıları arasındaki ilişkiyi inceleyen bir çalışmaya ihtiyaç duyulduğu görülmektedir. Bu araştırma ile öğretmen adaylarının medya okuryazarlık becerilerinin hangi düzeyde olduğunu incelenerek bunun değer algıları ile bir ilişkisinin olup olmadığı üzerinde çalışılmıştır.

1.2. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı sınıf öğretmeni adaylarının medya okuryazarlık becerileri ile değer algılarının arasındaki ilişkinin incelenmesidir.

Araştırmanın Alt Amaçları:

Sınıf öğretmeni adaylarının;

- 1) Değer algısı düzeyleri nasıldır?
- 2) Değer algıları cinsiyet ve sınıf düzeylerine göre farklılık göstermekte midir?
- 3) Medya okuryazarlık becerileri nasıldır?
- 4) Medya okuryazarlık becerileri cinsiyet ve sınıf düzeylerine göre farklılık göstermekte midir?
- 5) Medya okuryazarlık becerileri ile değer algıları arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

1.3. Araştırmanın Önemi

Medya, günümüzde her alanla iç içe geçmiş bir olgu haline gelmiştir. Dolayısıyla bireylerin medya okuryazarlık becerilerini geliştirmesi en başta içinde yaşadıkları dünyayı doğru anlayıp uygun bir şekilde etkileşime geçmeleri için son derece önemlidir. Bireylerin değer algıları gelecekte nasıl bir insana dönüşecekleri hakkında önemli ipuçları verebilir. Değer algısının şekillenmesini etkileyen faktörler arasında medyanın da olduğu düşünülmektedir.

Medya, değer algısının olumlu ya da olumsuz bir biçimde şekil almasına sebep olabilir. Her geçen gün değişen dünya da medyanın yaygın olarak kullanılması birtakım sorunları da beraberinde getirebilmektedir. Bu sorunlardan biri de değer algısının yanlış şekillenmesidir. Özellikle sosyal medyada ünlü olarak tabir edilen insanların yaşamış oldukları hayatlar çok mükemmel, zengin ve varlıklı olmak, her zaman her istediğini elde edebilmek çok eğlenceliymiş gibi gösterilmektedir. Bu da insanların değer algılarının, Schwartz vd. (2001) tarafından geliştirilen Portre Değerler Anketi'ne göre; güç, hazcılık ve özyönelim boyutlarına doğru kaymasına sebep olmaktadır. Günümüzde sosyal medya kullanım yaşı giderek düşmektedir. Hal böyle olunca bu durumdan en fazla etkilenenler de çocuklar olmaktadır. Medya okuryazarı olan nesiller yetiştirmek ülkemizin geleceğini emanet ettiğimiz çocuklarımızın değer algısının dengeli bir biçimde şekillenmesi için elzemdir. Bu gerekçeyle öğretmen adaylarının medya okuryazarlık becerilerinin gelişmiş olması kendilerinin değer algılarının doğru şekillenmesine katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu sayede yetiştirecekleri bireylerin de medya okuryazarlık becerileri gelişmiş, doğru değer algılarına sahip bireyler olacağı öngörülmektedir.

Alan yazında medya okuryazarlığına yönelik çalışmalar son yıllarda artış gösterse de bu çalışmalar daha çok öğretmen adayları için medya okuryazarlığı eğitimi ve medya okuryazarlığının açıklanması üzerine yoğunlaşmaktadır (Altun, 2005; Andersen, 2002; Aufderheide P. & Firestone, 1993; Bawden, 2001; Erdem, 2018; Potter, 2004). Bu çalışmada bunlardan farklı olarak; öğretmen adaylarının medya okuryazarlığı becerisi ile değer algıları arasındaki ilişki incelenmiştir. Bu ikisinin arasındaki ilişkinin incelendiğı bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu yönüyle alan yazına katkıda bulunarak boşluğu doldurmaya çalışacaktır.

1.4. Varsayımlar(Sayıtlar)

- 1) Çalışmanın örneklemini oluşturan öğretmen adaylarının uygulanan ölçekleri dürüst ve samimi bir biçimde cevapladıkları varsayılmaktadır.

1.5. Sınırlılıklar

- 1) Araştırma 2022-2023 öğretim yılı ile sınırlıdır.
- 2) İç Anadolu’da bulunan bir devlet üniversitedeki sınıf öğretmeni adayları ile sınırlıdır.
- 3) Uygulanacak veri toplama araçlarındaki problemlerle sınırlıdır.

1.6. Tanımlar

Medya Okuryazarlığı: Kitle iletişim araçlarını (televizyon, radyo, internet vb.) takip edebilme, kavrama ve bilinçte yer edinmesi sürecidir (Bawden, 2001).

Değer: Bir bireyin veya grubun karakteristiğini/niteliğini ayırt etmeyi sağlayan, var olan/mevcut davranışın biçimleri, araçları veya amaçları arasından seçim yapmayı etkileyen üstü kapalı ya da açık bir kavramdır (Kluckhohn, 1951).

BÖLÜM II

KURAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Medya Kavramı

Bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan hızlı gelişmeler sonucunda bireylerin sadece günlük yaşam pratikleri önemli ölçüde etkilenmekle kalmamış aynı zamanda bilginin inşası, yayılması ve kullanılmasında da kayda değer değişimler olmuştur (Kellner & Share, 2007). Bu değişimlerle birlikte medya kavramının 16. yüzyılın sonlarından beri farklı biçimlerde kullanılmaya başlandığı, 19. Yüzyılda ise kendine hatırı sayılır bir yer bulduğu bilinmektedir. Alanyazında medya, kitap, dergi, gazete, radyo, televizyon, internet gibi bilgiyi aktaran araç, bilgiyi ileten veya içeren bütün çevreler olarak tanımlanmıştır (Andersen, 2002; Levin vd., 2004). RTÜK (2007) medyayı Latince’de ortam, araç anlamına gelen *medium* sözcüğünün çoğulu olarak kitle iletişim araçlarının tamamının genel ismi şeklinde tanımlamaktadır. Türk Dil Kurumu medyayı iletişim ortamı, iletişim araçları olarak ifade etmektedir (TDK, 2011). Medyaya dair bir başka tanım ise bilgilendirerek eğitebilen aynı zamanda eğlendirebilen ve tanıtım yapabilen, tüm bunları yazı, ses ve görüntüyle sunabilen araçların tamamıdır (Şimşek İşliyen & İşliyen, 2015). Kellner (2002), farklı medya oluşumlarına maruz kalan kişilerin hayata karşı bakışları farklılaştığı için medya oluşumlarının insanların hayatı anlama ve anlamlandırma kabiliyetini arttırdığını düşünmektedir. Medya insan kitlelerini etkileme ve değiştirme gücüne sahip en güçlü faktörlerden biridir. Günümüzde kaçınıcı güç olduğu çeşitli tartışmalara kapı aralasa da sosyal hayatın vazgeçilmez bir parçası olup modern toplumlardaki insanların hayatı medya vasıtasıyla algıladığı bir gerçektir. Modern toplumlarda yaşayan insanların iletişim imkanlarının artması da yine medya araçlarının günden güne değişmesinin bir sonucudur.

Bu durum da toplumların medyaya olan rağbetinin artması ve medya araçlarını hayatının merkezine alması sonucunu doğurmuştur.

Medya; toplumları kültür, siyasi, pazarlama, eğitim gibi çeşitli pek çok alanda derinlemesine etkilemekte ve aynı şekilde etkilenmektedir. Dolayısıyla medya artık insanların değerlerini, inançlarını, davranışlarını ve kararlarını şekillendirebilen küresel bir güç haline gelmiş bulunmaktadır (Baran, 2014). Bireylerin güncel olaylardan haberdar olmasını sağlayan medyanın, gündelik hayatın ayrılmaz bir kısmı haline gelerek haber ve bilgi paylaşımı, iletişim ve etkileşim gibi gayelerini gerçekleştirmesi bir yana, ticari olarak da kar elde etme, manipülasyon, gücü elinde tutma ve toplumların istenilen yöne doğru hareket etmesini sağlamaya kadar çeşitli hedefleri de bulunabilmektedir (Hendrix, 1998; RTÜK, 2007, s. 25). Medyanın hedeflerine ulaşmak için aktif bir şekilde mücadele etmesinin insanlık için olumlu yönlerinin bulunmasına karşın olumsuz yönleri de vardır. Şimdilerde bilgiye ulaşmak kolaylaşmış gibi gözükse de bilginin doğruluğu ve güvenilirliği ciddi soru işaretlerini içinde barındırmaktadır. Özellikle günümüzde medya insanların sesini duyurabileceği bir araç olarak kullanılarak toplumsal etkileşimi arttırmaktadır. Fakat mahremiyet, güvenlik, zorbalık, bağımlılık ve kimlik kargaşası gibi sorunlar da gün yüzüne çıkmaktadır (Burnett & Merchant, 2011).Bütün bu olumsuz etkilerine rağmen medyanın gücünü avcunda tutmak demek dünyayı istediği gibi yönetebilmek demektir. Gelişmişlik düzeyi yüksek olan ülkeler, medyanın gücünü elinde tutarak bir taraftan kendi ideolojilerini ve kültürlerini gelişmişlik düzeyi düşük olan ülkelere kabul ettirip onları asimile etmekte öte taraftan kendi ekonomilerini arttırarak gücü elinde tutmaya devam etmektedirler. Medyayı tekeline bulunduran kurum, kuruluş ya da hükümetler bu gücü amaçları doğrultusunda kullanmaktadırlar (Yıldırım Ankaragil, 2009, s. 35). Dolayısıyla insanlık teknolojinin gelişmesiyle birlikte tarihte görülmemiş yeni bir döneme adım atmış bulunmaktadır. Medya internet öncesinde gazete, dergi, radyo gibi geleneksel araçlarla kendini göstermekteyken internetin keşfiyle birlikte dengeler büyük oranda değişmiştir. Bu süreçte devletler, birden fazla ulusu olan kuruluşlarla egemenliklerini paylaşmak durumunda kalmıştır. Bu kuruluşlar bir zaman sonra evrensel boyutta zenginleşerek büyümüş, medya araçlarına da kayda değer ölçüde yatırımlarda bulunarak medyayı kendi istedikleri şekilde yönlendirmeye başlamışlardır. İnternetin keşfinden sonra oluşan bu yeni yapı “yeni medya” olarak adlandırılmaktadır (Geray, 2003, s. 20). Çalışmanın bu bölümünde sırasıyla; medyanın tarihsel gelişimi, medyanın işlevleri, medya ve çocuk başlıkları ele alınacaktır.

2.1.1. Medyanın Tarihsel Gelişimi

Medya, matbaanın icadıyla birlikte insanların hayatına dahil olmuş, zaman ilerledikçe yeni icatların ortaya atılmasıyla birlikte gelişmiştir. Ortaya atılan her bir icat da birbirini etkilediği için yeni oluşan medya araçları da birbirinden etkilenmiştir (Nuran, 2015, s. 8). Törenli (2005), gazete, radyo, televizyon gibi kitle iletişim araçlarının geleneksel medyayı oluşturduğunu, şimdilerde ise ana akım veya eski medya olarak tanımlandığını ifade etmiştir.

Geleneksel medyanın özelliklerini ana başlıklar halinde özetlenecek olursa;

- ✓ Yayın organları oldukça geniş kitleleri içermekte ve hitap etmektedir.
- ✓ Tek yönlü paylaşımı sağlar.
- ✓ Yayın maliyeti çok fazladır.
- ✓ Her koşulda netice daha nettir (Yüksel, 2012, s. 3).

Williams (2006) medya kavramının etimolojik kökenini oluşturan “*medium*” ifadesinin 16. Yüzyılın sonlarından beri İngiltere’de kullanılmaya başlandığını 17. Yüzyıldan itibaren ise araya giren, aracı olan kişi ya da ortam olarak kullanıldığını belirtmektedir. Medya kavramı zamanla evrilerek günümüzde kitle iletişim araçlarının tamamına verilen isim olarak kullanılmaktadır (Aslan, 2009, s. 9). Nalçacıoğlu (2005) medyayı, birden fazla insana ulaşabilen çeşitli yazılı, basılı, sözlü görsel metin ve imgeleri barındıran iletişim araçlarının tamamı olarak tanımlamaktadır. Günümüzde ise “yeni medya” kavramı ortaya çıkmıştır. Yeni medya, halihazırda mevcut olan medya kavramını karşılıklı etkileşim halinde olan, sayısal veriye dönüştürmeye teşvik eden, bilgisayar vasıtasıyla üretim dağıtım ve paylaşım imkanı sunan çevrelerin tümü olarak kabul edilmektedir (Manovich, 2001, s.19). Yeni medya en genel ifade ile; bireysel bilgisayarlar, bilgisayar ağları, dijital mobil araçlar, dijital televizyon, radyo vb. geleneksel medyanın daha ilerlemiş ve dijital şekillerini kapsamaktadır (Saka & Dağsalgüler, 2007, s.166). Medyanın gelişimi, iletişim teknolojilerinin yaygınlaşması, tanıtılan içerik ve teknolojik imkanlar bakımından analiz edildiğinde klasik medya kavramının önüne “yeni” sıfatı eklenmiş bulunmaktadır (Timisi, 2003, s. 80).

Yeni medyanın özellikleri şu başlıklarla özetlenebilir:

- ✓ Etkileşim (interactive): Alıcının ve vericinin eş zamanlı iletişimi olarak tanımlanmaktadır.
- ✓ Kitlesizleştirme (demassification): Büyük bir kitle içerisinde her bir insanla tek tek etkileşim içerisine girilebilmesidir.

- ✓ Eşzamansız (asenكرون): İleti gönderim ya da alım işlemini kişinin belirlediği zamanda yapabilme kabiliyetidir (Fidler, 1997)

Geleneksel medya ve yeni medya arasındaki bağlantıyı iyi kavramak gerekmektedir. Birinin sonlanmasıyla diğeri başlamış değildir. Geleneksel medya tamamen yok olmuş değildir. Aksine arada yumuşak bir geçiş vardır. Yeni medya geleneksel medyanın tüm birikimlerinin üzerine inşa edilerek dönüştürülmüş halidir (Dilmen & Öğüt, 2006, s. 19). Dolayısıyla yeni medya ile geleneksel medya birbirine rakip konumda olmayıp, geleneksel medyanın da yeniliklerle bir dönüşüm içinde olduğunu söyleyebiliriz. Benzer şekilde geleneksel medya da yeni medyayı dönüştürmektedir. Roger Fidler geleneksel ve yeni medya arasındaki ilişkiyi “medyamorfoz” kavramı ile açıklamaktadır (Fidler, 1997). İletişim sistemine bütüncül bir çerçeveden bakıldığında yeni medyanın bağımsız bir şekilde birden bire ortaya çıkmadığını aşamalı bir dönüşüm sonucu ortaya çıktığı gözlenmiştir. Fidler (1997) geleneksel medyanın değişim ve uyum yoluyla yeni medyaya dönüştüğünü ve tamamen ortadan kalkmadığını ifade etmektedir. Günümüzde kitap, dergi ve gazetelerin tamamen ortadan kalkmaması ancak bilgisayar formatına entegre edilebilmesi bu duruma bir örnek teşkil eder niteliktedir.

Yeni sıfatıyla nitelendirilen günümüzdeki medya anlayışı topluma sunduğu hizmet bakımından geleneksel medyadan farklı biçimdedir. Geleneksel medya tek yönlü, homojen bir yapıda iken, yeni medya çok yönlü etkileşime imkan tanıyan heterojen bir yapıdadır. Ayrıca geleneksel medya kapitalist sistemin hegemonyası altına girerek tek merkezli ve otoriter bir yapıda iken yeni medya daha paylaşımcı, demokratik ve özgürlükçü bir alan olarak hizmet vermektedir. Yeni medyanın bu denli geniş imkanlar sağlamasının esas nedenleri dijital olması, ağ yapısı, karşılıklı etkileşime olanak sunması, metinler arası geçiş yapılabilirdiği için hipermetinsel bir yapıda olması gibi özellikleridir (Akar, 2011, s. 9). Yeni medyayı geleneksel olandan ayıran bir diğer özellik ise yeni medyanın 0-1 temeli üzerine kurulduğu için yöndeşme imkanı olmasıdır (Çetin, 2019). Yöndeşme telekomünikasyon, kitle iletişim ve veri transferinin tek bir çatı altında toplanabilmesi imkanındır (Van Dijk, 2018, s. 9). Geleneksel medya ile yeni medya arasındaki başka bir fark da geleneksel medyada iletiler, medya araçlarından alıcıya olacak şekilde tek yönlü iken yeni medyada alıcılar da ileti paylaşabildiğinden bu ilişki çift yönlü olacak şekildedir (Çildan, 2012, s. 1). Geleneksel medyada tek bir kaynaktan çoklu alıcısı olan bir ilişki söz konusu iken yeni medyada çoklu kaynaktan çoklu alıcısı olan bir etkileşim ortamı mevcuttur (Lilleker, 2013, s. 98). Yeni

medyanın oluşmasında büyük etkisi olan uydular modern toplumların amaçlarını değiştirmiş olup, bunun sonucu olarak da etrafı internet ağları ile çevrili olan bütün toplumlarda “küresel zihniyet” in oluşmasına yol açmıştır (Phelton, 2010, s.13; Çetin, 2019).

2.1.2. Medyanın İşlevleri

Günümüzün modern toplumlarında medya önemli işlevlere sahiptir. Bu işlevler; haber verme, kamuoyu adına denetim ve eleştiri yapma, kamuoyu yaratma, eğitim ve eğlendirme işlevleridir (Vural, 2012). Ayrıca Öker’e göre (2005, s. 237) günümüzde kayda değer ölçüde elzem olan medyanın başlıca işlevi “toplum, siyaset ve demokrasi” gibi bir takım kavramların aydınlatması, bu işlevi yaparken toplum üzerindeki sorumluluklarını aksatmaması ve olması gerektiği şekilde yönetmesidir. Medyanın bu gibi işlevlerinin olması geniş kitlelere ileti ve imgeler gönderebilme özelliğinden ileri gelmektedir. Chomsky ve Herman (2004)’a göre medya insanları eğlendirip bilgi verirken öte yandan toplumun kurallarına uyacak bir şekilde, inanç ve davranışları değerler ile harmanlayarak aktarmaktadır.

Eltugay (1999) medyanın yeni hiçbir şey sunmadığını, zaten var olan kültürel şekilleri geri döndürdüğünü, insanları eğlendirdiğini fakat zamanlarını boşa harcadığını, bir sürü gereksiz bilgi bombardımanı uyguladığını ve bireyleri manipüle ettiğini ifade etmektedir. Mora (2008), medya kuruluşlarının toplumu, medyanın çıkarları doğrultusunda yönlendirdiğinden bahsetmektedir. Toplum olarak inandığımız düşüncelerin büyük bir çoğunluğu medya vasıtasıyladır (Özay, 2014, s. 16). Tüm bunlara bakıldığında en basit ifadeyle günümüzde insanları televizyona kilitleyen dizilerin nerdeyse tamamında toplumumuza ters düşen, değerlerimize uymayan, ahlaki olarak uygun olmayan söz ve davranışların ne kadar yaygın kullanıldığı su götürmez bir gerçektir. TÜİK verilerine göre 2021 senesinde kaba boşanma hızı %2,07’ye ulaşmış olup bu oranın şimdiye kadarki en yüksek boşanma oranı olduğu ifade edilmiştir (TÜİK, 2021). Boşanma oranlarındaki bu artışın çeşitli nedenleri olsa da en büyük etkenlerden birinin medyayı elinde bulundurarak insanları istediği gibi yönlendirebilen küresel güçler olduğu düşünülmektedir.

2.1.2.1. Bilgi ve Haber Verme

Medyanın en önemli işlevi dünyada gerçekleşen her olaya insanların ulaşabilmesine imkan sağladığından ötürü haber ve bilgi vermesidir (Akaydın & Hopurcuoğlu, 2016, s. 1277). Yaşamış olduğumuz bu çağda bilhassa devamlı gelişmekte olan teknoloji, iletişimde de yeniliklere yol açarak haberleşme kanallarını günden güne değiştirmiştir (Aziz, 2002). Günümüzde geleneksel medya araçları çağın gerektirdiği hızda iletişim ve haberleşme imkanı sunmadığından yetersiz gelmektedir. Şimdilerde haber siteleri, iletişim blokları, facebook, twitter ve instagram gibi yeni medya araçları fazlasıyla yaygın bir şekilde kullanılmaktadır (Akyazı, 2015).

Medya toplumları bir yandan bilgilendirirken verdiği örtük ya da açık mesajlarla da insanları istediği biçimde yönlendirdiği için toplumlara haber, bilgi veya herhangi bir mesaj aktarırken daha sorumlu davranmalıdır (RTÜK, 2007, s. 26). Çünkü medya kamuoyu oluşturabilme gücüne sahip olduğu için günümüzde “yasama, yürütme ve yargı” dan sonra dördüncü güç konumundadır (Konukman, 2002, s. 55). Dolayısıyla bu özelliği onu insanlar üzerinde son derece etkili kılmaktadır.

2.1.2.2. Kamuoyu Oluşturma

En temel anlamda kamuoyu kamu yararına olan bir hususta toplumun çoğunluğunun inanç ve fikirleridir (Tutar & Yılmaz, 2003). Medyanın kamuoyu oluşturarak geniş kitleleri istediği gibi yönlendirebilme gücünün olduğu bilindiğine göre bu gücü hiç kuşkusuz toplumu yönetmek için birbiriyle yarışan siyasiler de kullanacaklardır. Nitekim Burton (t.y., s. 84), medyanın siyasi mevzularda kamuoyu oluşturarak insanların nasıl konumlanacaklarını etkilediğini belirtmiştir. Aynı çalışmada medyanın gerçekte olmayan herhangi bir durumu çarpıtarak sanki olmuş gibi aktarmasıyla insanların algılarını şekillendirdiğinden bahsetmiştir. Dolayısıyla medyanın insanların akıllarından geçirdikleri düşünceleri etkilediği söylenebilir.

Günümüzde dördüncü güç olarak görülen medyanın kamuoyu yaratma gücü asla küçümsenmemelidir. Çünkü bu güç toplumların yararına kullanılabileceği gibi zararı için de kullanılabilir. Üstelik artık her bir bireye ulaşma imkanı teknolojik gelişmelerle birlikte son derece hızlanmıştır. Özellikle internetin gelişmesiyle önemli bir kuvvet haline gelen medya aynı zamanda bireylerin ve toplumların hak ve hukukunu savunabilmektedir (RTÜK, 2007).

Öte yandan medya bireylerin duygu, düşünce ve algılarını istediği yönde çeşitli anlamlara girdirebilmektedir (MEGEP, 2007). Bu durum medyayı kontrollü bir şekilde kullanmayı gerekli kılmaktadır.

Medyanın kamuoyu oluşturma gücü dikkate alındığında bireylerin bu konuda bilinçlenmesi oldukça önem teşkil etmektedir. Medyada bizlere yansıtılan haberlerin gerçek mi yalan mı olduğunu sorgulamamız, hiçbir bilgiyi sorgulamadan kabul etmememiz gerekmektedir. Bu noktada medya okuryazarlığı eğitiminin her bireyin daha bilinçli bir medya paydaşı olması için çok faydalı olacağı düşünülmektedir.

2.1.2.3. Toplumsallaştırma

İnsan toplumsal bir canlıdır. Dolayısıyla insanların üretip tükettiği medyanın da toplumsallaştırıcı bir özelliği vardır. İnsanlar iletişim kurarak birbirleri ile etkileşime geçerler. Günümüzde kitle iletişim araçlarından faydalanarak dahil oldukları toplumla uyumlanır ve bütünleşirler (RTÜK, 2007). Kitle iletişim araçları Orta Çağ'da küçük topluluklar halinde hayata devam eden insanların daha büyük gruplar olan “toplumlara”; toplumların da geleneksel yapıdan modern yapıya evrilmesine katkıda bulunur (Aziz, 1982). Bireylerin kamusal ortamlarda beraber hareket etmeleri ile benzer algı düzeyleri oluşmasına vesile olan medyanın aynı zamanda bir toplumda hayat süren fertlerin iletişim ve etkileşimlerinin sürekliliğini sağlayarak toplumsal birlikteliği oluşturduğu belirtilmektedir (Mora, 2008, s. 6; Özey, 2014, s.16).

Konuya farklı bir açıdan bakan Erdemoğlu (2011, s. 14) televizyonun bireylerin aile içi sosyalleşmesine benzer bir oranda sosyalleşmesini sağladığını, gerçeğe yakın olayların aktarılmasından dolayı bireylerin karakter inşa etmelerinde önemli bir rolünün olduğunu düşünmektedir. Öte yandan Arslan (2004, s. 6) medyanın bireylerin toplum içerisinde nasıl bir rol üstelendiğini, olaylar karşısında nasıl bir tutum geliştirmeleri gerektiğine örnekler teşkil ettiği için toplumsal anlamda önemli bir yerinin olduğunu vurgulamaktadır. Medya bizim için çeşitli örnekler sunarak bu örnekleri birbiri ile bağlar ve böylece farklı olayları bir araya getirerek toplumun ne olduğu hakkında bir fikir oluşturur (Burton, 1995, s. 84). Dolayısıyla medya ürettiği ve insanlara sunduğu verilerle toplumsal çerçeveyi oluşturmakta buna bağlı olarak yaşadıkları dünyayı anlamalarını kolaylaştırmaktadır (RTÜK, 2007, s. 27).

2.1.2.4. Kültürel Devamlılık

Medya gelecek nesillere kültürümüzü ve değerlerimizi aktarma işlevini de göstermektedir. Kültürel mirasımız olan şiirler, resimler, hayat tarzları, mimari tasarımlar, gelenekler ve tarihi amaçlar gibi pek çok kavram geçmişten günümüze kitle iletişim araçları vasıtasıyla insanlara ve toplumlara aktarılmaktadır (Alınca, 2019). Kocadaş (2006, s. 5), medyayı toplumun aynası şeklinde ifade ederken, medya araçları vasıtasıyla bir kültürün sürdürülebilir özellik kazandığını belirtmektedir. Geçmişten bugüne mirasımız olan her unsur medya sayesinde tanıtılıp, öğrenildiği için gelecek kuşaklara transfer edilebilirler (Alınca, 2019).

Kimi araştırmacılar ise medyanın kültürel ifadelerin aktarıcısı olduğunu düşünmektedir (Hopurcu & Akaydın, 2016, s. 1277). Öte yandan medya var olan kültürleri bireylere tanıtır kültürün devamlı olmasına katkıda bulunarak gelecek nesillere de sunmakta ve toplumsal kültürün ortaya çıkması için alan açmaktadır (Burton, t.y, s. 84). Konukman'a göre medya, içerdiği kitle iletişim araçları sayesinde bulunmuş olduğu toplumun kültürünü inşa ederken diğer taraftan da farklı toplumların kültürlerini de etkilemektedir (Konukman, 2002, s. 58). Dolayısıyla medyanın toplumların kültürlerini farklılaştırarak onların asimile olmasına da neden olabileceği söylenebilir. Ayrıca medya kültürel transferi sağlarken bazen de kültürü tehlikeye sokmakta bireyler arasındaki ilişkiyi negatif etkileyerek bitirme safhasına gelebilmektedir (Koçak, 2011, s. 28). Medyanın kültürel aktarımı ve devamlılığı sağlama işlevinin yanında bu olumsuz özelliklerinin de olması medyanın ve paydaşlarının daha bilinçli olarak sorumluluğunu bir kat daha arttırması gerekmektedir.

2.1.2.5. Eğitim

Günümüzde medyanın görevlerinden bir tanesi de eğitimidir. Artık internet vasıtasıyla sanal ortamlarda sınıflar oluşturularak dersler işlenebilmektedir. Özellikle pandemi döneminde sokağa çıkma yasağı olduğu için tüm eğitim kurumları derslerini online platformlar üzerinden yürütmek durumunda kalmıştır. Bu eğitimler senkron olabileceği gibi asenkron da gerçekleşebilmektedir. Günümüzde ÖSYM'nin yapmış olduğu sınavlar için Youtube'da çeşitli videolar çekilip yayınlamakta, Instagram'da canlı yayında soru çözümleri yapılmakta, Whatsapp ve Telegram gruplarından dosya paylaşımları yapılmaktadır. Ayrıca Web 2.0 araçlarının gelişmesiyle birlikte teknoloji, medya ve eğitim iç içe geçmiştir. Bugün

öğrenciler tamamen dijital platformları kullanarak kendi e-kitaplarını oluşturup sanal sınıflarda sunabilmektedir. Bu da medyanın eğitimle ilgili işlevlerine örnek olarak gösterilebilir.

Yaşadığımız çağda Avcı (2012)' ya göre eğitim kurumları ve öğretmenlerle, medya araçlarının rakip olmaya başladığının bir göstergesidir. Çünkü eski dönemlerde bir bilgiye ulaşmak için belki haftalar, aylar geçse de şimdilerde herhangi bir bilgiye ulaşmak oldukça kolaylaşmıştır. Günümüzde kıymetli kütüphaneler, üniversitelerin kütüphaneleri ve o kütüphanelerdeki kitaplar ve dergiler dijital platformlarla bireylere sunulmuş ve bu durum da kütüphanelerin ulaşılabilirliğini kolaylaştırmıştır (Şahin, 2012).

2.1.2.6. Eğlendirme

Medyanın bir diğer işlevi de insanları eğlendirmektir. Medya araçları bireyleri günlük yaşamın stresli anlarından uzaklaştırarak onları eğlendirmektedir (Avcı, 2012). Burton'a (t.y, s. 83) göre medya insanın güzel zamanlar yaşamasına olanak sağlamaktadır. Medya sağladığı bu işlevle insanların modunu bir anda değiştirebilme gücünü de elinde tutarak insanların ekran karşısında kendini keyifli hissetmesi için onları oyalamaktadır.

Medya diziler, filmler, müzik ve yarışma programlarını bireylerin gözlerinin önünde sergileyerek hoşça zaman geçirmelerine imkan sunmaktadır (Mora, 2008b, s. 6). Yaşamın sıkıcı ve rutin haline karşın medya bireylerin eğleneceği bir ortam yaratarak içine girdikleri atmosferden çıkmalarına olanak sağlamaktadır (Özay, 2014, s. 16). Öte yandan medya insanlara boş zaman algısı oluşturarak bağımlılık yaratmakta, talep arttıkça o oranda da para kazanmaktadır (Burton, 1995, s. 83). Böylece insanlar medyada uzun zaman harcayarak bağımlı hale gelirken içerik üreticiler daha fazla içerik üretmeye ve dolayısıyla daha fazla para kazanmaya başlamışlardır. Bu kısır döngünün medyanın paydaşları bilinçleninceye kadar devam edeceği düşünülmektedir.

2.2. Medya ve Çocuk

İnternetin gelişmesiyle yeni bir form alan medya kavramı Z kuşağının medya ile olan ilişkisinin artmasına neden olmuş, zamandan ve mekandan bağımsız hale getirmiştir. Özellikle internet tabanlı mecralar, video paylaşım siteleri çocukların en fazla vakit harcadığı yerler haline gelmiştir. Medya çocukların erken yaşlardan itibaren günlük

hayatının bir parçası olmuştur (Marsh, 2019). Günümüzde çocuklar internet tabanlı mecralarda senkronize bir şekilde iletişim kurabilmekte, oyun oynayıp alış-veriş yapabilmekte ve sosyal ağlara katılabilmektedir (Kırık, 2019, s. 14). Dolayısıyla artık çocuklar medya içeriklerini hem tüketen hem de üretebilen konumuna gelmişlerdir.

Yaşadığımız dönemde medya araçları okul öncesi yaşlardaki çocuklar için yeni nesil dadılar olarak isimlendirilmektedir (Nikken, 2021). Bu ifadeyi ülkemizdeki okul öncesi dönem çocuklarının medya ile ilişkisi için de kullanabiliriz. Çünkü ülkemizde tablet, akıllı telefon, elektronik oyuncak gibi dijital aletlerin erken yaşlardaki çocuklar tarafından kullanılması günden güne artarak devam etmektedir (Gökçe, 2021; Topan vd. 2020). Çocuklar zamanlarının çoğunu medya araçlarıyla geçirdikleri için herhangi bir hobi edinmekten ya da sokakta arkadaşlarıyla oyun oynamaktan da mahrum kalmaktadırlar. Sürekli aynı pozisyonda hareketsiz kalmaları da sağlıkları açısından tehlike oluşturmaktadır. Nitekim araştırmalara göre erken yaşlarda medya kullanımının artış göstermesi çocukların gelişimlerini bilişsel, duyuşsal, sosyal ve fiziksel yönden çeşitli biçimlerde etkilemektedir (Hazar & Hazar, 2017; Plowman vd. 2012). Öte yandan ilköğretim çağındaki çocukların çoğu ödevlerini yaparken dijital medya araçlarından yararlanmakta, aynı anda ekrana çıkan oyun vs. reklamları ile karşılaşp odakları kayabilmektedir. Bu da dikkat dağınıklığına sebep olması, algıda seçicilik yaratması ve psikolojik yönden etkilemesi bakımından sağlıklı olmayabilir (Eraslan, 2021, s. 2).

Ekran izleme çocuklar ve ergenler arasında her ortamda rastlanılabilen bir davranış şekline dönüşmüştür (Atak, 2020). Kabali ve arkadaşları (2015) 6 ay ile 4 yaş arasındaki çocukların günlük aktif bir şekilde ekran izleme sürelerinin en uzun olduğu medya aracının televizyon olduğunu, ikinci sırada gelen ekran izleme süresini mobil medya araçlarından videolar izleyerek geçirdiği, üçüncü sırada mobil medya araçlarındaki uygulamaları kullandığı ve son olarak en az süreyi video oyunları oynarken geçirdiğini tespit etmiştir. Öte yandan televizyon gibi geleneksel medya araçlarının kullanım oranı geçmişe oranla azalmaktadır (Kırık, 2019). Çocukların ilgisi daha ziyade tablet, akıllı telefon, bilgisayar gibi yeni medya araçlarına kaymaktadır. Görünen o ki yeni nesil dadılar çocuklarımızın sağlığı için tehlike oluşturmaktadır. Sadece 2022 yılında yapılan birçok araştırmada çocukların ekran izleme süreleri arttıkça Otizm Spektrum Bozukluğunun belirtilerinin de arttığı kanıtlanmıştır (Bibi, Khan, Rasheed, Kulsoom, Musharraf, & Ali, 2022; Dikkala, Murthy, Prasad, Sharma & Chaudhury, 2022; Heffler, Frome, Garvin, Bungert & Bennett, 2022; Kushima, &

Yamagata, 2022; Lin, Y. H., Lin, S. H., & Gau, 2022). 7 ile 17 yaş arasındaki çocuklar üzerinde yapılan bir başka çalışmaya göre, problemli medya kullanımının depresif bozukluklar ve uyku bozuklukları ile doğru orantılı değiştiğini kanıtlamıştır (Resrepto vd., 2020). Bireylerin ekran karşısında geçirdikleri süreyi ayarlayamaması, zihinsel olarak sürekli internetle vakit geçirmeleri, internette tükettikleri gerçek zamanı söylememeleri, internete ulaşamadıklarında şiddet içerikli bir tutum sergilemeleri ve internete çok fazla maruz kaldıkları için günlük aktivitelerinde sorun yaşamaları problemli medya kullanımı olarak ifade edilir (Çaplan, 2010). Ebeveynler çocuklarının olumsuz hislerle başa çıkması için sürekli olarak onları ekrana maruz bırakıyorsa çocuklarda ekran bağımlılıkları da gözlemlenebilir. Çocukların ekran izleme süresi Türkiye Halk Sağlığı Kurumu Bebek, Çocuk ve Ergen İzleme Protokolünün görüşlerine göre 2 yaşına basmamış çocuklar hiç ekrana maruz kalmamalı, 2-5 yaşları arasındakiler günde 1 saati geçmemeli, 5-11 yaşları arasındaki çocukların ekran süresi ise 2 saati geçmemelidir (Aybal, 2021).

Çoğu zaman keyifli vakit geçirmek için ekran karşısına geçen çocuklar eğlenmenin yanında hayatı, keşfetmek yaşamı anlamak için de medyadan yararlanırlar (Ünal & Durualp, 2012). Bundan dolayı ekran önündeki çocuklar medya ürünlerinde gördüğü herhangi bir davranışı aynen taklit etme eğilimindedirler (Tümkan, 2007). Böylece çocukta medyada gördüğü davranışın doğru ya da yanlış olduğunu sorgulamadan o davranışı uygulama isteği doğabilir. Bu durumda da çocukların ekran karşısında gördüğü olumsuz davranışları taklit etmesine ve ahlaki değerlerden uzaklaşarak toplumun bozulmasına sebep olabilir. Öte yandan medya doğru kullanıldığında iyi bir öğrenme aracına dönüşebilir. Yapılan bir çalışmada medyanın bazı yönlerinin çocukların dil gelişimini destekleyebileceği görülmüştür (Darga, Öztürk ve Öztürk, 2021). Dijital medya, erken çocukluk dönemindeki bireylere eğitici ve öğretici içerikler sağlayarak öğrenmeyi geliştirebilir (Savaş, Güler, Kemal, Çoban & Güzel, 2021).

Hayatın baş döndüren hızı içerisinde her alanda medya içeriklerine maruz kalan çocuklar güvenilirliği olmayan bilgi bombardımanı karşısında orada oraya savrulmaktadır. Bilgiyi doğru-yanlış ayırt etmeksizin kabul edebilmektedirler. Bu durum karşısında ebeveynler çoğu zaman çaresiz kalmakta özellikle ergenlik döneminde olan bir çocuğa karşı uyarılar ters etki yaratabilmekte çocuk daha çok medya araçlarına bağlanabilmektedir. Özellikle sosyal medyanın bağımlılığa sebebiyet verecek bir tarafının olduğunu, insan olmanın gerektirdiği temel değerlerin anlamlarını yitirip farklı anlamlara dönüştürmesine sebep olduğu bilinmektedir (Zubair & Raquib, 2020, s. 244-264). Ayrıca sanal dünyada kişi insanlığın

temel değerleri olan hoşgörü, merhamet, sevgi saygı ve yardımlaşma gibi değerlere aykırı olan oyunlar oynayabilmekte; kumar, bahis gibi kötü alışkanlıklara bulaşabilmekte ve kendisini gerçek olmayan fantastik bir dünyanın içerisine bırakabilmektedir (Tarhan, 2010). Bununla beraber yapılan çalışmalarda medya bağımlısı bireylerde çeşitli davranış bozuklukları gözleendiği ispat edilmiştir (Weinstein & Lejoyeux, 2010, s. 281). Bu gibi durumların önüne geçilebilmesi adına çocuğun ergenliğe girmeden ilkokul döneminde bilinçlendirilmesi dolayısıyla medya okuryazarlık becerilerinin geliştirilmesi gerekmektedir. Bu amaç doğrultusunda eğitimin mihenk taşını oluşturan ilkokul öğretmenleri medya okuryazarlığı hakkında bilgilendirilmeli ve öğrencilerine rol model olmalıdır.

2.3. Okuryazarlık Kavramı

Okuryazar olmak Türk Dil Kurumu (2022) sözlüğünde “okuması yazması olan, öğrenim görmüş” olarak tanımlanmaktadır. Eğitimin temelini oluşturan ilkokul öğreniminde çocuklara ilk okuma-yazma öğretimi yapılarak bireylerin temel okuma-yazma becerilerini kazanması hedeflenmektedir. Bireylerde bulunması gereken en temel becerilerden biri konumunda olan okuryazarlık; toplumun okullaşma oranını artırarak ulusal kalkınmada kilit rol oynarken bireylerin kendini gerçekleştirmelerine olanak sunduğu için sosyal ve politik hayata aktif olarak katılmalarını sağlamaktadır (Barrett & Riddell, 2019; Rintaningrum, 2019; Shara, Andriani, Ningsih, & Kisno, 2020). Okuryazarlık kavramı 19. yüzyılın sonlarına doğru gün yüzüne ıkmiş olup, başlangıçta bir metni çözümleyebilme ve kodlayabilme kabiliyetini ifade etmek için kullanılmıştır (Ohler, 2009). 1990 senesinin Birleşmiş Milletler tarafından “uluslararası okuryazarlık senesi” seçilmesiyle birlikte okuryazarlık kavramına dünya çapında ilginin yoğunlaştığı gözlemlenmiştir (Bawden, 2001). İngilizce alanyazında “literacy” olarak tanımlanan okuryazarlık kavramı günümüzde sadece okuma ve yazma eylemlerini içeren dar kapsamlı bir ifade olmaktan ıkmiştır. Okuryazarlık ifadesinin zamanla değişim ve dönüşüm süreçlerinden geçerek ilk okuma ve yazmayı da kapsayan geniş bir olgu haline geldiği öne sürölmektedir (akmak, 2013, s. 2-24). Nitekim PISA 2015 Ulusal Raporu’nda okuryazarlık kavramı, öğrencilerin karşılarına çıkan sorunları tanımlama, yorumlama ve çözme işlemlerini uygularken kullandıkları analiz, çıkarım ve etkili iletişim becerilerindeki yeterlilikleri biçiminde tanımlanmaktadır. Alan yazında okuryazarlık en genel tanımıyla; fertlerin topluma dahil olması, amaçlarına ulaşması, kelime hazinesi, okuma, yazma ve konuşma gibi özelliklerini geliştirmesiyle

sosyal bir zeminde anlamlı ürünler ortaya koyma, bütünleştirme ve bunlar üzerinde akıl yürütme serüveni şeklinde ifade edilmiştir (Ateş & Aşçı, 2021; Frankel, Becker, Rowe, Pearson & From, 2016; OECD, 2019). Başka bir tanımda ise UNESCO (2022), “değişen bağlamlarla ilişkili basılı ve yazılı materyalleri kullanarak tanımlama, anlama, yorumlama, yaratma, iletişim kurma ve hesaplama kabiliyeti” ifadelerini kullanarak okuryazarlık kavramına yer vermiştir.

Son zamanlarda teknolojiye yaşanan gelişmeler sanat, eğitim, bilim gibi hayatın pek çok alanını da etkileyerek bireylerin yeni beceriler kazanmasını gerekli hale getirmiştir. Çağımızın gerektirdiği yeterliliklerle okuryazarlık kavramı salt okuma-yazma anlamının yanı sıra birden fazla bilim dalında da çeşitli anlamlara gelmektedir. Yapılan araştırmalar gösteriyor ki okuryazarlık, 21. yüzyılda bazı bağlamlarda belirtilen hedeflerin, yeterliliklerin ve işlemlerin oluşturulmasını içerecek biçimde genişletilmiştir (Leu, Kinzer, Coiro & Cammack, 2004). Okuryazarlık Ateş ve Aşçı’ya (2021) göre, hayatın her saniyesinde ihtiyaç olan veriyi bir takım sembol ya da sözcüklerle elde etmek ve bu veriyi yorumlayarak ulaşılan sonucu iletişim kurarken kullanmak adına sürekli başvurduğumuz bir araçtır.

Zamanla değişen sosyal ve kültürel yapılar vasıtasıyla kapsamı genişleyen okuryazarlık kavramı, toplumun fertlerinin yaşadıkları ortamın kültürüne ve toplumsal yapısına ayak uydurarak yaşama dahil olması için temel eğitimde oldukça önemlidir (Kellner & Share, 2005). Ulusal bir çalışmada Türkçe, matematik, hayat bilgisi, sosyal bilgiler ve fen bilimleri derslerinin öğretim programlarında belirtilen yetkinlikler arasında “dijital yetkinlik” ifadesinin de yer alması Milli Eğitim Bakanlığı’nın çağımızın değişen ihtiyaçlarına karşın öğrencilerin dijital okuryazarlık becerisi geliştirmelerine önem verdiğini gösterir niteliktedir (Altun & Bangir-Alpan, 2021).

Son yapılan araştırmalar dikkate alındığında günümüzde kullanılan 79 okuryazarlık tanımının olduğu, bunların içerisinde eğitimle ilgili olan 17 okuryazarlık tanımının olduğu belirtilmektedir (Ateş & Aşçı, 2021). Bu noktada göze çarpan önemli bir bilgi ise, sosyal bilimler alanında yürütülen araştırmalara bakıldığında okuryazarlık türlerinin en fazla eğitim alanında olduğudur (Ateş & Aşçı, 2021; Mete 2020; Sur, 2022). Bu okuryazarlık türlerinden bilgi okuryazarlığı, bilgisayar okuryazarlığı, elektronik okuryazarlık, internet okuryazarlığı, görsel okuryazarlık, medya okuryazarlığı, dijital okuryazarlık, eleştirel okuryazarlık ve teknoloji okuryazarlığı gibi kavramlar kendi içlerinde ilişkili ve iç içe geçmiş kavramlar halinde alan yazında yer almıştır (Lankshear & Knobel, 2008). Bu çalışmada bahsi geçen

okuryazarlık türlerinden medya okuryazarlığı ele alınacak olup, medya okuryazarlığının görsel okuryazarlık, bilgisayar okuryazarlığı, internet okuryazarlığı ve dijital okuryazarlık gibi okuryazarlık türlerinden tamamen ayrıştırılamayacağı birbirleriyle bağlantılı kavramlar oldukları göz ardı edilmemesi gereken bir noktadır.

2.3.1. Medya Okuryazarlığı

İnsanlık yaratılıştan itibaren birbirleri ile iletişim kurmak için çeşitli araçlar geliştirmiştir. İlk çağlarda insanlar dumanla ve kayaların üzerlerine çizdikleri resimlerle haberleşirken yıllar ilerledikçe yazı icat edilmiş ve böylece iletişim alanında büyük bir devrim yaşanmıştır. Bu harika icattan sonra insanlığın büyük bir bölümü kendilerini anlatmak ve gelecek nesillere ulaşmak için yazıyı tercih etmişlerdir. Tarih boyunca her yeni icat bir gereksinime karşılık gelmekte, iletişim alanında da gerçekleşen bu buluşlar teknolojinin ilerlemesiyle hız kazanmaktadır. İletişim alanında oluşan bu yenilikler hayatın her alanına yansiyarak insanları çeşitli biçimlerde etkilemektedir. Bilgisayarın icadıyla toplumsal bir dönüşüm yaşanmış, internet de bu dönüşüme ivme kazandırmıştır. Dolayısıyla artık iletişim sanal dünyaya entegre olmuş ve yeni bir boyut kazanmıştır. Yaşanan tüm gelişmeler sonucunda sanal dünyada iletişim kuran insanlar sosyal medya ve dijital medya kavramları ile yüz yüze gelerek bilgi bombardımanı karşısında okuma, anlama ve yorumlama becerilerinin geliştirilmesine ihtiyaç duymaktadır. Özellikle medyada üretilen içerikler insanların ortak değer yargılarını tehlikeye atmaktadır. Medya içeriklerinin altında yatan gerekçeleri anlayabilmek için toplumun her kesiminden insanının medya ürünlerine maruz kalırken eleştirel bir tavırda olması son derece elzemdir. Bu da ancak toplumun her kesimine ulaşan öğretmenleri medya okuryazarlığı konusunda bilinçlendirerek mümkün olabilir.

Baran (2014) medya okuryazarlığı teriminin tanımını yaparken “okuma” kelimesinin medyayı tüketim becerilerine ve “yazma” kelimesinin de medya içeriği üretim becerilerine atıf yaptığını ifade etmektedir. Medya okuryazarlığı bireylerin hayatın içindeki medya iletilerine anlam yüklerken faydalandıkları bilgi, beceri, inanç ve güdülerin tamamıdır (Potter, 2020, s. 74). Medya okuryazarlığı becerisi, medyanın gösterdiği mesajın arkasındaki gizli iletiyi yani asıl verilmek istenen mesajı bireyin pasif alıcı rolünden çıkarak aktif bir alıcı olmasını, bu şekilde değerlendirmesini sağlar (Bilici, 2014, s. 29).

Günümüzde medya araçları ulaşılabilirliği kolay olduğundan ve medya içeriklerinin herhangi bir denetimden geçirilmemesinden dolayı doğru bilgiye ulaşmayı zorlaştırmıştır. Bu da toplumda birtakım bozulmalara, çarpıtmalara yol açmaktadır. Medya okuryazarlığı bu bozulmaların panzehiri olarak ifade edilmektedir (De Abreu, 2020, s. 13). Medya ortamlarındaki bilgilerin çoğu yanlış, doğruluğu kanıtlanmamış ifadelerdir. Bu nedenle bireylerin kendilerini medyaya karşı koruma altına almaları gerekmektedir. Medyadan uzak durmak mümkün olamayacağı gibi sağlıklı bir davranış da olmayacaktır. Medya okuryazarlığı becerisi bu noktada son derece elzem bir rol üstlenmektedir. Medya ile iç içe ancak kendini medyanın olumsuz etkilerine karşın koruyabilecek bireyler yetiştirmek toplumun geleceği için yararlı olacaktır. Bu da ancak toplumu en temelden eğitmeye başlayan sınıf öğretmenlerinin en öncelikli görevi haline gelmesiyle gerçekleşecektir. Bu sayede medya okuryazarlık becerisi erken yaşlarda gelişen bireylerde bir farkındalık gelişecek ve medya ile yansıtılan olaylara farklı bakış açıları ile bakmayı öğreneceklerdir (Büyükbaykal, 2018; Filiz, 2020).

2.3.2. Medya Okuryazarlığı Eğitimi

Bireylere medya okuryazarı olmayı öğretmek son derece önemlidir. Hobbs (1994)'e göre bunu en iyi şekilde öğretmek için üç unsuru sağlamak gerekir;

1) Medyayla Öğretim: Bireylerin en sık kullandıkları medya aracını kullanarak bireylere medya içeriklerine ulaşma, iletişim kurma, analiz etme ve değerlendirme yapma becerilerinin öğretilmesidir.

2) Medya Hakkında Öğretim: Medya geçmişi ile ilgili bireyleri bilgilendirmek ve onları ne tür tehlikelerin beklediğini açıkça ifade edilmesidir.

3) Medya Üreterek Öğretim: Teknoloji alanında bilgilendirici sempozyumlara katılmasıdır.

Ayrıca bu eğitimin çocuk yaşlardan itibaren verilmesi de elzemdir. Yapılan bir araştırmaya göre 6-84 ay arasındaki çocukların %92.7'sinin günlük ortalama 3 saati geçen bir oranda dijital ekrana maruz kaldığı ortaya konmuştur (Gökçe, 2021). Center for Media Literacy (2003)'e göre, çocukların medya okuryazarı olmalarını gerektiren nedenler aşağıda sıralanmıştır:

- İçinde bulunduğumuz dönemde medya pek çok alanda yaşamımıza dahil olmuştur. Bir ülkede iyi bir yurttaş olabilmek için iyi bir medya okuryazarı olmak gerekir. Medya

okuryazarı olmak için gereken beceriler ise, kendini ifade etme ve eleştirel düşünebilme becerileridir. Bilhassa çocukların medya okuryazarlığı becerisini erken yaşta öğrenmesi yaşamının ilerleyen yıllarında pek çok problemi yaşamasını önleyecektir.

- Medya okuryazarlığı becerisini öğrenen çocuklar medyanın bilgi bombardımanından ihtiyaçlarına uygun olanı alıp kurtulabileceklerdir. Böylece ilgisiz iletileri eleyerek doğru bilgiyi içinden seçmeleri kolaylaşacaktır.
- Medya bireylerin algılarını inançlarını ve bir olay ya da durum karşısındaki tutumlarını da etkilemektedir. Medya okuryazarı olan kişiler bu etkilerin farkına vararak daha temkinli yaklaşabilirler. Medyaya karşı olan bağımlılıklar hakkında daha bilinçli olabilirler.
- Medya okuryazarı olan kişiler görsel iletileri algılama ve yorumlama noktasında daha gelişmiş becerilere sahip olabilmektedir.
- Medya okuryazarı olan kişiler çok çeşitli bilgilere ulaşma ve bilginin kaynağına erişme hususunda farkındalıkları daha yüksek olabilmektedir.

Medya okuryazarlığı eğitimi dünyada 1970'lerden itibaren gündeme gelmeye başlamasına rağmen arzu edilen düzeye erişilememesinin nedenlerinde birinin medya okuryazarlığı dersinin zorunlu olarak verilmemesi, seçmeli ders kategorisinde olarak sunulması olduğu düşünülmektedir. Birçok ülkede farklı farklı derslerin içerisine sıkıştırılarak aktarılması durumu söz konusudur. Hobbs (1998) medya okuryazarlığı dersinin bir ara disiplin olarak verilse bile dersi veren öğretmenler yeterli eğitime tabi tutulmadıkları sürece medya okuryazarlığı dersinin yüzeyselleşerek ehemmiyetini kaybetmesinin olası bir tehlike olduğunu düşünmektedir. Dolayısıyla medya okuryazarlığı dersinin ayrıca bir ders olarak medya okuryazarlığı eğitimi almış öğretmenler tarafından okutulması gerektiği düşünülmektedir.

2.3.3. Dünyada Medya Okuryazarlığı

Medya okuryazarlığı ilk kez 1930'larda Büyük Britanya'da insanları medyanın istenmeyen etkilerinden korumak için ortaya atılmıştır (Taşkıran, 2007, s. 91). Dünyada medya okuryazarlığı konusunda çeşitli çalışmalar yapılmaktadır. Medya okuryazarlığı ile ilgili yapılan çalışmalara İngiltere, Avustralya, Güney Afrika, Kanada ve Amerika gibi ülkeler öncülük etmiştir (İlhan, 2014, s. 46). Anacak bazı ülkelerde ayrıca bir disiplin olarak okutulurken bazı ülkelerde bir disiplinin içerisine yedirilerek okutulmaktadır (Kutlu, 2018).

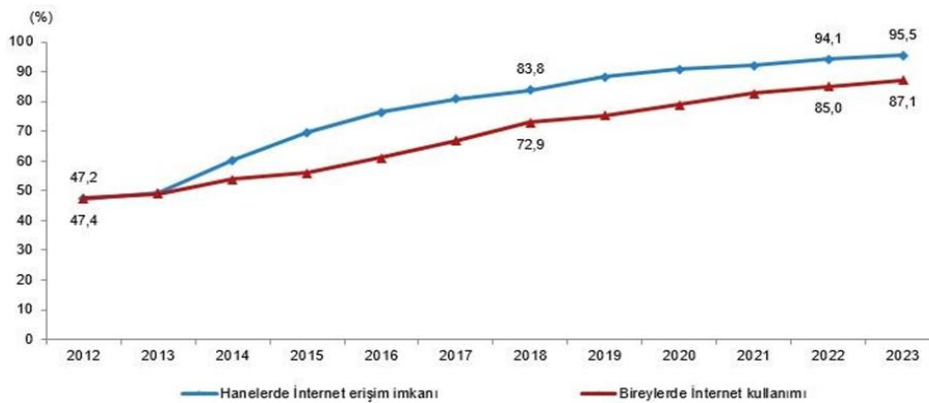
Avrupa Birliği'nin gündemine 2000 yılında gerçekleşen Lizbon Zirvesi ile girmiş olan medya okuryazarlığı büyük çapta ses getirmiştir (Binark & Gencel Bek, 2010, s.72). Lizbon Zirvesinde amaç olarak hayat boyu öğrenim ilkesi temele alınmış ve medya okuryazarlığı da bu sürecin kapsamı içerisine alınmıştır (Pekman, 2016, s. 38).

İspanya'da 1980'den itibaren ilköğretim ve ortaöğretimde zorunlu dersler kategorisinde yerini almaktadır (Bilici, 2017, s. 103). İspanya'da da asıl amaç çocukların medyanın zararlı etkilerinden korunmasıdır.

Finlandiya'da medya eğitiminin temelleri 1950'lerde sinemaya eleştirel olarak yaklaşmak amacıyla atılmıştır (Özel, 2018, s. 77). Medya eğitime yüksek oranda önem veren Finlandiya'da medya okuryazarlığı eğitimi ayrı bir disiplin olarak değil, edebiyat, dil, tarih gibi derslerin içerisine entegre ederek verilmektedir (Bilici, 2017, s. 117). Buna karşın öğretmenlerin akademik eğitimlerinin oldukça iyi olduğu bilinmektedir (Özel, 2018, s. 77).

2.3.4. Türkiye'de Medya Okuryazarlığı

Çağımızın gereksinimlerinden biri haline gelen internet kullanımı da yıllar içinde artmaktadır. 2023'te yapılan Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması'nda internete erişim imkanı olan hane oranı %95,5 olurken internet kullanan bireylerin oranı %87,1 olmuştur. Dolayısıyla bireylerin medyaya maruz kalması da aynı oranda artmıştır.



Şekil 1 Hanelerde internet erişim imkanı ve bireylerde internet kullanımı, 2012-2023. TÜİK, 2023, <https://www.tuik.gov.tr> sayfasından erişilmiştir.

Türkiye'de medya okuryazarlığı kavramı ilk olarak, Ankara'da 2003 yılında RTÜK ve TRT'nin birlikte düzenlediği İletişim Şurası'nda gündeme gelmiştir (Medya Okuryazarlığı, 2016). 2006-2007 eğitim öğretim yılında pilot okullarda medya okuryazarlığı dersi

ilköğretim 6. , 7. ve 8. sınıf düzeyindeki öğrencilere verilmiş olup, 2007-2008 eğitim öğretim yılında, Türkiye genelinde 4 milyon 6. , 7. ve 8. sınıf öğrencisinden 1 milyon 500 bininin medya okuryazarlığı dersi alması planlanmıştır (Altun, 2008).

Ülkemizde medya okuryazarlığı dersinin verildiği ilk tarihten günümüze kadar çeşitli sorunlar gündeme gelmiştir. Dersin işleyişi için gerekli olan materyallerin elde edilemeyişi, maliyetin yüksek oluşu, dersin hangi branş öğretmeni tarafından verileceğinin kararlaştırılamaması gibi nedenlerden dolayı medya okuryazarlığı dersinin uygulanmasında yetersizlikler söz konusu olmuştur. Bununla beraber dersin seçmeli olarak verilmesi yeterince önemiyet verilmemesine neden olmuştur. Dolayısıyla medya okuryazarlığı dersi için verilen emekler neticesiz kalmıştır. Bununla beraber merkezi sınavlarda medya okuryazarlığı konularının yer almaması sebebiyle çoğu okulda bu derslerde merkezi sınavlarda çıkan dersler işlenebilmektedir (Işkın & Kesten, 2016). Ayrıca seçmeli derslerde çoğunlukla öğretmenler kendi branşının dışında olan diğer derslere de girebilmektedir (Tuncer & Özü, 2017). Sonuç olarak medya okuryazarlığı dersi seçmeli ya da zorunlu ders olmalı şeklindeki düşünce farklılıkları derse hangi fakülte mezunlarının ya da hangi branşların gireceği tartışmalarını gün yüzüne çıkarmıştır (Işkın & Kesten, 2016). Çakmak ve Tüzel'e (2015) göre Türkiye'de medya okuryazarlığı dersine yönelik eleştiriler medya okuryazarlığına farklı bakış açıları geliştirmekten çok dersi hangi branşın veya fakültenin vereceği üzerine odaklanmıştır.

2.4. Değer Kavramı

İnsan kendi yaşantısında ortaya koyduğu davranışları, özünde içselleştirdiği değerler ile oluşturmaktadır (Kurttaş, 2017). Dolayısıyla bireylerin değer algıları ile davranış şekilleri arasında bir ilişki olduğunu söyleyebiliriz. Değerler bir toplumun fertlerini ortak bir payda oluşturarak birbirine bağlayan ve nesilden nesle aktarılacak toplumun devamlılığını sağlayan en önemli etkenlerdendir. Bireyleri ve toplumu biçimlendiren davranışları saptayan kuralları belirleyen tercihler bütününe “değerler” denir (Koca Ballı, 2010).

Değer kavramı yaşayan herkesi bir şekilde alakadar eden bir kavramdır (Kurttaş, 2017). Türk Dil Kurumu sözlüğüne göre değer: “Bir milletin sahip olduğu sosyal, kültürel, ekonomik ve bilimsel değerlerini kapsayan maddi ve manevi öğelerin bütünü.” Şeklinde tanımlanmaktadır (TDK, 2021). Avcı (2020, s. 6) ise, fertler tarafından önemli kabul edilen,

tutum ve davranışların kaynağını tespit eden, davranışlara tesir eden ve değiştirebilen, doğruluğunun toplum tarafından onaylandığı genel ahlaki ilke ve inançlar şeklinde ifade etmiştir. Değerler kültürün özünü oluşturan, toplumdaki bireylerin önem verdiği şeyleri sıralamasını sağlayan, bireyler için önemli olan şeylerin bir göstergesidir (Hill & Hunter, 2023). Dolayısıyla değerler, toplumsal kuralları oluşturduğu için bir çeşit “denetim aracı” olarak ifade edilebilmektedir (Alimcan & Şam, 2017).

2.4.1. Değerlerin Özellikleri

Sosyal hayatın giderek dijitalleşmesi, toplumsal değer algılarının dönüşümü ile paralellik göstermektedir. Ancak bu hızlı dönüşümün yol açtığı bazı toplumsal sorunlar bulunmaktadır. Değişen değer değer algısının oluşturduğu sorunların çözümü için geçmişten günümüze çeşitli yaklaşımlar geliştirilmiştir. Felsefe tarihinde Platon’dan Hume ve Kant’a kadar, ayrıca Husserl’in geliştirdiği vitalizm ve fenomenoloji felsefeleri dahil olmak üzere tüm bunlar W.Kohler’e göre çağımızın değer algılarını açıklamakta yetersiz kalmıştır (Diaviatko, 2020).



Şekil 1. Medyanın değerler üzerindeki etkisi ve medya okuryazarlığı (Elçi, İ. & Çatak, M. (2021). Medyanın değerler üzerindeki etkisi ve medya okuryazarlığı. Uluslararası Akademik Araştırmalar Kongresi, 504-513.

Şekil 3’te görüldüğü gibi değer oluşumunu etkileyen pek çok unsur vardır. Modern dünyada bireylerin değer algısı içlerinde bulundukları sosyal hayata göre değişiklik gösterebilmektedir. Bu durumun en belirgin örneği olarak kimi filozoflar dini değerlere inanmakta kimi filozoflar ise dini değerlere inanmamaktadır. Örneğin; L.N Tolstoy yaşamın sadece gözlerimizle gördüğümüz dünya hayatından ibaret olmayıp, ölüm sonrasını da kapsayan bir olgu olduğunu, insanlığın asıl probleminin ölümden sonraki hayatı unutarak bu dünyadaki yaşamlarını sürdürmelerinden kaynaklandığını ifade etmektedir (Evlampiev, 2019). Dolayısıyla toplumlarda değer yozlaşması oluşabilmekte ve durum da çağımızın sorunu haline gelmektedir. Tüm bu açıklamalar değerlerin bireylerin sosyal yaşamına ve içinde bulundukları döneme göre değişebilme özelliklerinin olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla değerler kişiden kişiye göre değişebilen bir duruma bürünmüştür.

Schwartz (2012) değerlerin altı temel özelliğinin olduğundan bahsetmektedir. Bunlar:

1. Değerler kendi aralarında birbirileriyle ilişkilidir. Duygular da doğrudan ya da dolaylı bir şekilde değerleri etkiler ve birbirinden etkilenir.
2. Değerler toplumsal düzeni dengede tutmaya yarayan birer motivasyon kaynağıdır. Değerler bireylerin ortak hedefler altında birleşmesini sağlayarak toplumu bir arada tutar.
3. İçinde bulunulan durum veya ortamdan dolayı ortaya çıkan kimi eylemler toplumsal normlardan kaynaklı olabilir. Bu türden durumlarda değerler bu eylemlerden ayrılır.
4. Değerler bireylerin davranış, ilke, inançlarını ve aldığı kararları etkiler. Bireyler kendi değer yargılarına göre olayları veya durumları iyi ya da kötü olarak değerlendirip bir sonuca varırlar. Günlük yaşamda ise bireyler karar alırken değerlerin tesirinin farkında olmayabilirler. Ancak kendi değerleri başka değerler ile çelişkiye düştüğünde bu farkındalığa ulaşırlar.
5. İnsanlar değerleri kendi değer yargılarına göre ve içinde bulundukları topluma göre önceliklendirirler.
6. Bir davranışın sebebi birden fazla değerden kaynaklanabilir.

Dolayısıyla değerler insanların duygu ve düşüncelerini, davranışlarını etkileyerek içinde bulundukları toplumları şekillendirmektedir. Topluma dahil olan yeni bireyler de yerel kültürden etkilenmekte ve aynı zamanda yerel kültürü etkilemektedir. Bu sebeple değerler bireysel ve toplumsal olarak çok önemli bir role sahiptir.

2.4.2. Değerlerin Sınıflandırılması

Toplumsal yaşamımızın özünü oluşturan değerlerle ilgili farklı kuramcılar tarafından sınıflandırmalar yapılmıştır. Öne çıkan değer sınıflamaları geçmişten günümüze doğru Tablo 1’de sıralanmıştır.

Tablo 1

Değerlerin Sınıflandırılması

Kuramcılar	Değer Sınıflamaları
Spranger (1928)	• Bilimsel Değer • Ekonomik Değer • Estetik Değer • Sosyal Değer • Politik Değer • Dini Değer (Akt. Akbaş, 2004, s.56)
Rokeach (1973)	• Amaç Değerler • Araç Değerler (Rokeach, 1973)
Nelson (1974)	• Bireysel Değerler • Grup Değerleri • Sosyal Değerler (Akt. Yazıcı, 2006, s. 502)
Schwartz (1992)	• Güç • Başarı • Hazcılık • Uyarılım • Öz Yönelim • Evrenselcilik • İyilikseverlik • Geleneksellik • Uyma • Güvenlik (Akt. Kuşdil & Kağıtçıbaşı, 2000)
Dilmaç (1999)	• İnsanları Sevme • Uyumlu Olma • Hırsları Kontrol Etme • Başkalarının Mutluluğunu İsteme • Kendini Kontrol Etme • Dost Edinme • Manevi Değerlere İnanma • Yardımsever Olma • Tecrübeli ve Bilgili Olma (Dilmaç, 1999, s. 25)
Güngör (2000)	• Bilimsel Değer • Ekonomik Değer • Estetik Değer • Sosyal Değer • Politik Değer • Dini Değer • Ahlaki Değer (Akt. Keskin, 2016, s.1492)
Ülken (2001)	• İçkin Değerler • Aşkın Değerler • Normatif Değerler (Coşar, 2009, s.109)
Acat ve Aslan (2012)	• Muhafazakar-Geleneksel Değerler • Ulusal-Milli Değerler • Özedönük-Kişisel Değerler • Sosyal-Toplumsal Değerler • Bilimsel-Yenilikçi Değerler

Tozlu, E. E. (2023). *İlkokulda değerler eğitimi ile ilgili yapılan çalışmaların bibliyometrik analizi*. Yüksek Lisans Tezi, Amasya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Amasya.

Çeşitli kuramcılar tarafından farklı şekillerde sınıflandırılması değerlerin, kültürel zenginlik oluşturan, dinamik ve değişken bir yapıda olmasından kaynaklandığı söylenebilir. Bu sebeple her kuramcının kendi bakış açısıyla değerleri sınıflandırdığı düşünülmektedir. Değer sınıflandırmalarında kuramcılar kendi yaşadıkları dönemlerdeki toplumlara ait etkiler barındırdığı için birbirlerinden farklı başlıklar altında incelendiği tahmin edilmektedir. Değer eğitiminde tüm bu sınıflandırmaları doğru-yanlış şeklinde nitelendirmeden sürecin içine entegre etmek önem arz etmektedir (Çalışkan & Yıldırım, 2021; Yıldırım, 2019).

2.5. Değer ve Medya Okuryazarlığı İlişkisi

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte medya da değerleri etkileyen unsurlardan biri haline gelmiştir. Özellikle sosyal medya kullanımının bağımlılığa sebep olabilecek bir özelliği olduğu ve insanın temel değerlerini değiştirmeye, yeniden biçimlendirmeye hatta onlarda anlam yitimine sebep olduğu belirtilmektedir (Zubair & Raquib, 2020, s. 244-264). Değerler evrensel bir öneme sahiptir, çünkü bireylerin iyi-kötü, güzel-çirkin, doğru-yanlış gibi tercihlerde bulunurken verecekleri kararları etkileyen ölçütlerdir (Şişman, 2000). Öte yandan değerler; bir toplumun içinde yaşayan bireylerin deneyimlerinin birikimidir (Hoşgörür, 2010). Bu tanımlardan yola çıkılarak değerlerin toplumsal bir yönü olabildiği gibi evrensel bir özellik de taşıyabilmektedir. Öyleyse bir toplumun değer algısının değiştirilmesi o toplum için kültürel yozlaşmalara sebep olabilirken, evrensel açıdan bakıldığında ise üzerinde mutabık olunan değerlerde çatırdamalara yol açabilmektedir. Bu da önce toplumsal olarak çöküşe ardından tüm dünyayı bir çıkmaza sürükleyebileceği düşünülmektedir.

Yazıcı (2006), medya organlarının takipçilerinin değer algılarını değiştirebileceği ve değer çatışmasına yol açabileceğini ifade etmektedir. Değerlerin önemsenmediği bir hayatta olumsuzlukların ve çıkmazların yaşanması son derece olası bir ihtimaldir. Dolayısıyla medya okuryazarlığı becerisine sahip olan bireyler, tüm bu bilgi bombardımanı arasında ihtiyaç duydukları doğru bilgiye daha kolay ulaşabilecekleri için; kendi hak ve bilincinde olan, kendi kültür, inanç ve değerlerine sahip çıkan, diğer kültürlere saygı duyan aktif yurttaşlar olacağı söylenebilir (Gottfried, 2007). Medya okuryazarlığı becerisi, medyanın gösterdiği mesajın arkasındaki gizli iletiyi yani asıl verilmek istenen mesajı bireyin pasif

alıcı rolünden çıkarak aktif bir alıcı olmasını, bu şekilde değerlendirmesini sağlar (Bilici, 2014, s. 29). Dolayısıyla medya okuryazarlığı sayesinde, bireylerin medyanın manipulatif etkisinden korunduğunu ve iyi bir vatandaş olmak için gereken becerileri edinerek, sosyal yaşamda daha aktif bir rol almalarına katkı sağladığını açıklamaktadır (Keller ve Share ,2007). Özellikle ekran önündeki çocuklar medya ürünlerinde gördüğü herhangi bir davranışı aynen taklit etme eğilimindedirler (Tümkan, 2007). Böylece çocukta medyada gördüğü davranışın doğru ya da yanlış olduğunu sorgulamadan o davranışı uygulama isteği doğabilir. Bu durumda da çocukların ekran karşısında gördüğü olumsuz davranışları taklit ederek ahlaki değerlerden uzaklaşıp toplumun bozulmasına sebep olabilir. Bu nedenle bireylerin kendilerini medyaya karşı koruma altına almaları gerekmektedir. Medya okuryazarlığı bu olumsuzlukların panzehiri olarak ifade edilmektedir (De Abreu, 2020, s. 13). Medyadan uzak durmak mümkün olamayacağı gibi sağlıklı bir davranış da olmayacaktır. Medya ile iç içe ancak kendini medyanın olumsuz etkilerine karşın koruyabilecek bireyler yetiştirmek toplumun geleceği için yararlı olacaktır. Bu da ancak toplumu en temelden eğitmeye başlayan sınıf öğretmenlerinin en öncelikli görevi haline gelmesiyle gerçekleşecektir. Medya okuryazarlığı becerisi bu noktada son derece elzem bir rol üstlenmektedir. Bu sebeple bireylerin medya okuryazarlığı becerilerini geliştirmeleri son derece elzemdir.

2.6. İlgili Araştırmalar

Alan yazın taranmış, ancak öğretmen adaylarının medya okuryazarlık becerileri ile değer algıları arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalara sınırlı sayıda rastlanmıştır. Çalışmanın bu kısmında medya okuryazarlığı ve değer algısı ile ilgili yapılmış araştırmalardan bahsedilmiştir.

Barni, Danioni ve Benevene (2019) yapmış oldukları çalışmada, öğretmenlerin öz-yeterlilikleri ile kişisel değer algıları ve öğretme motivasyonları arasındaki ilişki incelenmiştir. Çalışmaya 227 İtalyan lise öğretmeni katılmıştır. Sonuçlarına göre, öğretmenlerin koruma değerlerinin türünün ve seviyesinin ne olduğuna bakılmaksızın öz-yeterlilik algısı ve öğretmeye yönelik motivasyonla olumlu yönde ilişkili olduğu bulunmuştur.

Özdemir Beceren ve Bilgen (2019) tarafından yazılan bir makalede okul öncesi öğretmen adaylarının değer algılarını belirleyerek, bunun sınıf seviyesi ve akademik başarı düzeylerine göre değişiklik gösterip göstermediği amaçlanmıştır. 313 okul öncesi öğretmen adayı ile yapılan bu araştırmanın sonucunda en yüksek değer algı becerisinin iyimserlik ve güvenirlik, en düşük değer algı becerisinin ise, güç kaynakları olduğu ortaya çıkmıştır. Değer algı alt becerilerinden olan başarı, iyimserlik sevgi, kurallara uyma, kişilerarası uyum ve evrenselcilik hoşgörü becerilerinin akademik başarı seviyesine göre anlamlı bir şekilde değiştiği sonucuna varılmıştır.

Maslova, Shlyakhta ve Yanitskiy (2020) tarafından yapılan çalışmada, geniş sosyal gruplarda mümkün olduğu kadar homojen alt gruplar oluşturularak değerler sisteminin kişisel olarak değerlendirmişlerdir. 1237 üniversite öğrencisinin katıldığı çalışmada katılımcılara Schwartz'ın (2001) Portre Değerler Anketi uygulanmıştır. K-means kümeleme analizi ile katılımcılar Normative Ideals Ölçeği ve Davranışsal Öncelik Ölçeğine göre kümelendirilmiştir. Oluşturulan kümeler sosyo-kültürel çevrenin kişisel değerlerde etkisini gösterecek şekilde farklı etnik grup ve farklı bölgelerden gelen katılımcılarda farklılık göstermiştir. Çalışma sonucunda genç neslin sosyal, ekonomik ve politik davranışlarını tahmin edebilmenin mümkün olduğunu göstermiştir.

Aktepe, Keser ve Şeref (2020) yapmış oldukları çalışmada değer eğitimi etkinliklerinin sınıf öğretmenlerinin görüşleri kapsamında incelenmesini amaçlamaktadır. Görüşme tekniği kullanılarak veriler toplanmış olup, 25 sınıf öğretmeni ile çalışma yürütülmüştür. Çalışma sonucunda öğretmenlerin çoğunluğu değerler eğitiminin amacının sağlam karakterli bireyler yetiştirmek olduğunu belirtmişlerdir. Çalışma sonucunda öğretmenlerin değer eğitimi sürecinde başvurdukları yöntemler kullanım sıklığına göre şu şekilde sıralanmıştır: drama, soru-cevap, hikaye yazma, film izleme, atasözleri ve deyim, eğitici oyunlar, altı şapka tekniği, bulmaca ve bilmece, kavram haritası, poster, beyin fırtınası. Ayrıca öğretmenler değer eğitiminin zorunlu derslere dahil edilmesini görüş olarak bildirmişlerdir.

Yel ve Sel (2021) tarafından yapılan bir çalışmada 4. sınıf Sosyal Bilgiler dersinde Milli Mücadele döneminde önemli görevler almış, kadın bir kahramanımız olan Halide Edip Adivar ile ilgili biyografiye dayalı değer eğitimi kapsamında incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışma grubunu toplam 38 ilkokul dördüncü sınıf öğrencisi oluşturmuştur. Veriler açık uçlu sorular ve etkinlik sayfaları kullanılarak toplanmıştır. Çalışmada biyografi temelli etkinliklerin uygulanması sonucunda yapılan son uygulamadan elde edilen bulgular

incelendiğinde, değerleri doğru anlama oranının arttığı ve değerlerle ilgili yanlış oranın azaldığı gözlemlenmiştir.

Yardımcı (2021) yüksek lisans tezinde Z Kuşağının sosyal medyada değerleri koruyup korumadığını ortaya çıkarmayı amaçlamıştır. Araştırmada odak grup görüşmesi ve nicel analiz yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın örneklemi için Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi lisans öğrencilerinden 265 kişiden oluşan bir grup seçilmiştir. Araştırmanın sonuçlarına göre, katılımcıların sosyal medya kullanımları sahip oldukları değerlere olumsuz bir şekilde tesir etmektedir.

Kostin, Chernykh, Andronov ve Pryakhin (2021) tarafından yapılan çalışmada, toplumun dijital dönüşümünde genel hümanistik değerlerin iletişim teknolojileri yoluyla algılanması konusu ele alınmıştır. Şiddetsizlik, empati ve hoşgörü gibi temel insani değerlerin dijital ortamda ve gerçek yaşamda giderek artan bir ihtiyaç olduğunu söylemektedirler. Eskiden daha çok olan fiziksel ve sözlü şiddetin günümüzde siber zorbalığa dönüşmesi hümanizm, değerler ve ahlaki kurallar için yeni bir anlayışın tanımlanması gerektiğini belirtmektedirler. Genel insani değerlerin eleştirilmesiyle ilgili endişeler çok fazla dile getirilmiyor fakat nesnel gerçekliğin sanal gerçekliğin içine sosyal temaslarla entegre edilme sürecinin temellerinin yıkılma ihtimalinin mümkün olduğunu düşünmektedirler.

Erdem (2018) hazırlamış olduğu doktora tezinde öğretmen adaylarına uygulanması için bir medya okuryazarlığı dersi eğitim programı geliştirmeyi amaçlamıştır. Çalışma bu amaç doğrultusunda iki aşamada gerçekleştirilmiştir. İlk aşamada çalışma esnasında 865 öğretmen adayından veri toplanılmış ve maksimum çeşitlilik örnekleme stratejisiyle seçilen beş öğretmen adayı ile yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Ardından çalışmanın ikinci aşamasında, elde edilen verilere dayalı olarak medya okuryazarlığı becerileri dersi öğretim programının tasarısı geliştirilmiştir.

Özel (2020) yüksek lisans tezinde uluslararası alan yazında medya okuryazarlığı modellerini, ilkeleri ve yaklaşımları tanımlanarak, medya okuryazarlığının ülkemizdeki gelişimi ve eğitim sistemindeki konumu ve Z Kuşağı ile ilgili yapılan uygulamalar incelenmiştir. Araştırma esnasında Z Kuşağının sosyal medya kullanım alışkanlıklarına da bakılmıştır. Ayrıca çalışmada medya okuryazarlığı eğitimini alan ve bu eğitimi almayan Z Kuşağı öğrencileri arasında sosyal medyadaki içeriklere eleştirel bakabilme, katılım ve analiz becerileri sosyal medyayı kullanım alışkanlıklarına bağlı olarak ele alınmıştır.

Durak (2021) yüksek lisans tezinde okul öncesi öğretmen adaylarının medya okuryazarlığı becerileri ile iletişim becerileri arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmıştır. Ayrıca araştırmada toplanan verilerin demografik özelliklere göre anlamlı farklılıklar olup olmadığı da incelenmiştir. 223 öğretmen adayıyla yürütülen bu çalışmada medya okuryazarlığı ve iletişim becerileri arasında anlamlı ve orta düzeyde bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir.

Kafadar (2021) yapmış olduğu bir araştırmada sosyal bilgiler öğretmen adaylarının görüşlerine dayalı olarak medya okuryazarlığı eğitiminin değer kazanımındaki rolünü belirlemeyi amaçlamıştır. Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden fenomenoloji kullanılmıştır. Çalışma grubu amaçlı örneklem yöntemlerinden ölçüt örnekleme ile belirlenmiştir. Araştırma verileri görüşme yöntemleriyle toplanarak veriler betimsel analiz tekniği ile analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda öğretmen adayları medya okuryazarlığı eğitiminin değer kazanımına olumlu katkıları olduğu konusunda görüşlerini belirtmişlerdir.

Pireddu (2022) yazmış olduğu, dijital vatandaşlıktan kamusal değerlere platform topluluklarında eğitim konulu bir makalesinde dünya çapında dijital vatandaşlık eğitiminin hükümetler ve kurumlar için daha önemli hale geldiğinden bahsedilmektedir. Öğrencilerin dijital ortamlarda eleştirel bakış açısıyla güvenli bir şekilde yaşamalarını sağlamak adına gerekli bir eğitim olduğundan söz edilmektedir. Bu da dijital teknolojiler yoluyla eğitim, bilgi okuryazarlığı ve medya okuryazarlığı gibi konularla yakından ilgilidir. Vatandaşlık eğitiminin dijitalleşmenin kendisinden öte ağ bağlantılı dünyadaki halkın değerleri ile ilgili olmalıdır.

BÖLÜM III

YÖNTEM

3.1. Araştırma Modeli

Sınıf öğretmeni adaylarının medya okuryazarlığı beceri düzeyleri ile değer algıları arasındaki ilişkinin incelendiği bu çalışmada, nicel araştırma yöntemlerinden ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır.

Nicel araştırma yöntemlerinden ilişkisel tarama modeli ile kullanıldığı çalışmalarda en az iki farklı değişken arasında var olan bağlantıyı ve derecesini tespit etme hedeflenmektedir (Karasar, 2005). Bu bağlamda öğretmen adaylarının medya okuryazarlık becerileri ile değer algıları arasındaki ilişkinin incelenmesini amaçladığı için “ilişkisel tarama modeli” deseninden yararlanılmıştır.

3.2. Evren ve Örneklem

Evren, tanımlanması kolay, ancak ulaşılabilmesi zor olan araştırma dâhilindeki bütün anket unsurlarından oluşan yapıdır (Özen & Gül, 2007). Araştırmada, Türkiye’deki sınıf öğretmeni adaylarının tamamına ulaşma imkanı mümkün olmadığından çalışma evreni oluşturulmuştur. Buna göre yapılan çalışmanın evrenini, 2022-2023 eğitim öğretim yılı içerisinde İç Anadolu Bölgesi’nde yer alan devlet üniversitelerindeki tüm sınıf öğretmeni adayları oluşturması planlanmıştır.

Araştırmada, çalışma evreninin tamamına ulaşmak maliyet, zaman ve enerji bakımından fazlasıyla zor olacağından evrenin özelliklerini taşıyan bir örneklem üzerinde çalışılması

düşünülmektedir. Bu sebeple araştırma sonuçları evrenin tamamına genellenebilir bir nitelikte olacaktır.

Bu çalışmada uygun örnekleme yöntemi kullanılarak örneklem seçimi yapılmıştır. Uygun örnekleme, araştırmacının kolayca ulaşabileceği bir örneklemden verilerin toplanması olarak ifade edilmektedir (Büyüköztürk, Çakmak, Akgün, Karadeniz & Demirel, 2009). Bu metotla, İç Anadolu Bölgesi'ndeki bir üniversitede öğrenim görmekte olan sınıf öğretmeni adayları çalışmanın örneklemi olarak seçilmiştir. Araştırmanın örneklem grubu ile ilgili bilgiler Tablo 2'de verilmektedir.

Tablo 2

Araştırmanın Örneklem Grubu

Değişken	Alt Değişken	N	%
Cinsiyet	Kadın	136	76,8
	Erkek	41	23,2
Sınıf	1. Sınıf	61	34,5
	2. Sınıf	49	27,7
	3. Sınıf	33	18,6
	4. Sınıf	34	19,2
TOPLAM		177	100

Araştırmanın örneklem grubu 2023-2024 öğretim yılında İç Anadolu Bölgesi'ndeki bir devlet üniversitesinde Sınıf Öğretmenliği lisans programında öğrenim görmekte olan 136 kadın (%76,8), 41 erkek (%23,2) olmak üzere toplam 177 öğretmen adayından oluşmaktadır. 177 adayın 61'i 1.sınıf (%34,5), 49'u 2.sınıf (%27,7), 33'ü 3.sınıf (%18,6), 34'ü 4.sınıf (%19,2) öğrencisidir.

3.4. Verilerin Toplanması

Verilerin toplanması sürecinde ilk olarak öğretmen adaylarına Medya Okuryazarlığı Becerileri Ölçeği ve Portre Değerler Anketi uygulanmıştır. Bu süreç 15 dakikada tamamlanmıştır. Tüm ölçme araçları öğretmen adaylarına yüz yüze ve araştırmacı tarafından uygulanmış ve etik kurallar çerçevesinde saklanmıştır.

3.4.1. Medya Okuryazarlığı Becerileri Ölçeği (MOBÖ)

Dört alt boyut ve kırk beş maddeden oluşan, beşli likert tipi bir ölçek olan *Medya Okuryazarlığı Becerileri Ölçeği (MOBÖ)*, Erişti ve Erdem (2018) tarafından geliştirilmiştir (EK-1). Ölçekten alınabilecek en düşük puan 45 olup, en yüksek puan 225'tir. Ölçekte bazı alt boyutlar belirlenmiştir. Bunlar: Erişme (11 madde), Analiz (15 madde), Değerlendirme (7 madde), İletme (12 madde) olarak adlandırılmıştır. Ölçekteki maddelere örnek olarak: “*‘Madde 12- Medya içerikleri hakkında karar verirken, kaynağın güvenilirliğine ve kimler tarafından oluşturulduğuna dikkat ederim.’, ‘Madde 19- Karşılaştığım medya mesajlarında anlatılmak ya da vurgulamak istenen asıl konuyu kolaylıkla fark edebilirim.’*” verilebilir. Erişti ve Erdem (2017), MOBÖ'den alınan toplam puanın bireyin medya okuryazarlık becerisinin düzeyini gösterdiğini ifade etmektedir. Ölçeğin geçerlik ve güvenirlik testi yapılmış, bu çerçevede madde ayrımı; madde toplam korelasyonu ile test edilerek maddelerin hiçbirinin 0.30'un altında olmadığı belirlenmiştir. Doğrulayıcı faktör analizinde ölçeğin ‘iyi’ ile ‘kabul edilebilir’ arasında bir uyum gösterdiği tespit edilmiştir. İç tutarlılık bakımından ölçeğin Cronbach α değerinin 0.919 olduğuna ulaşılmıştır. Dolayısıyla MOBÖ'nün geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olduğu sonucuna varılmıştır (Erişti & Erdem, 2018). Bu çalışmada yapılan iç tutarlık testi sonucunda da ölçeğin güvenirliği ($\alpha=.941$) olarak hesaplanmıştır. .90 üzerindeki alpha değerlerinin çok yüksek güvenirlik seviyesi olduğu kabul edildiği üzere (Özdamar, 2011), ölçeğin bu araştırma için kullanılabilecek çok yüksek seviyede bir güvenirliğe sahip olduğu söylenebilir.

3.4.2. Portre Değerler Anketi (PDA)

Schwartz vd., (2001) tarafından geliştirilen Portre Değerler Anketi (PDA), bireylerin temel değer yönelimlerini tespit etmektedir (EK-2). Demirutku ve Sümer (2010) tarafından Türkçe'ye uyarlanmıştır. PDA 6'lı likert tipli bir ölçek olup toplamda 40 maddeden oluşmaktadır. Tablo 3'te PDA'ya ilişkin boyutlar ve her bir boyutun Cronbach Alpha güvenirlik katsayıları verilerek, örnek ifadeler ve uyarlama çalışmasına ait bilgilere yer verilmiştir. Bu çalışmada yapılan iç tutarlık testi sonucunda da ölçeğin güvenirliği ($\alpha=.846$) olarak hesaplanmıştır. .90 üzerindeki alpha değerlerinin çok yüksek güvenirlik seviyesi olduğu kabul edildiği üzere (Özdamar, 2011), ölçeğin bu araştırma için kullanılabilecek çok

yüksek seviyede bir güvenirliğe sahip olduğu söylenebilir.

Tablo 3

Portre Değerler Anketine İlişkin Bilgiler

Demirutku ve Sümer (2010) (α)			
Boyutlar		Maddeler	Örnek İfade
Evrensellik	.72	3, 8, 19, 23, 29, 40	İnsanların doğayı korumaları gerektiğine gönülden inanır. Çevreyi korumak onun için önemlidir.
İyilikseverlik	.66	12, 18, 27, 33	Arkadaşlarına sadık olmak onun için önemlidir. Kendisini ona yakın olan insanlara adamak ister.
Güç	.81	2, 7, 39	Onun için zengin olmak önemlidir. Çok parası ve pahalı şeyleri olsun ister.
Başarı	.81	4, 13, 24, 32	Hırslı olmanın önemli olduğunu düşünür. Ne kadar kabiliyetli olduğunu göstermek ister.
Hazcılık	.77	10, 26, 37	Eğlenmek için her fırsatı kollar. Zevk veren şeyleri yapmak onun için önemlidir.
Geleneksellik	.82	9, 20, 25, 38	Alçakgönüllü ve kibirsiz olmak onun için önemlidir. Dikkatleri üzerine çekmemeye çalışır.
Uyma	.75	7, 16, 28, 36	Her zaman uygun şekilde davranmak onun için önemlidir. İnsanların yanlış diyeceği şeyleri yapmaktan kaçınmak ister.
Güvenlik	.80	5, 14, 21, 31, 35	Hastalanmaktan kaçınmak için çok çaba gösterir. Sağlıklı kalmak onun için çok önemlidir.
Özyönelim	.65	1, 11, 22, 34	Eğlenmek için her fırsatı kollar. Zevk veren şeyleri yapmak onun için önemlidir.
Uyarım	.70	6, 15, 30	Risk almaktan hoşlanır. Her zaman macera peşinde koşar.

Özkul, R. F. (2021). *Dijital oyun oynayanların kişilik ve değerleri: z kuşağı üzerine bir araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.

3.5. Verilerin Analizi

Araştırma süresince veriler Medya Okuryazarlığı Becerileri Ölçeği ve Portre Değerler Anketi ile toplanmıştır. Ulaşılan veriler istatistik programına aktarılarak gerekli çözümler yapılmıştır. Grupların normallik analizi yapılmış olup Portre Değerler Anket'inden elde edilen verilerin normal dağıldığı sonucuna varılmıştır. Buna göre

PDA'dan elde edilen verilerin cinsiyet değişkenine göre gruplandırılıp ortalamaların kıyaslanması adına parametrik bir test olan Bağımsız Gruplar T Testi uygulanmıştır. Ardından ğretmen adaylarından elde edilen verilerin sınıf seviyesine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini öğrenmek üzere yine parametrik bir test olan ANOVA uygulanmıştır. Medya Okuryazarlığı Becerileri leği'nden elde edilen verilerin normallik analizi yapıldığında verilerin normal dağılmadığı gözlemlenmiştir. Bunun zerine MBO'den elde edilen verilere, cinsiyete göre karşılaştırma yapılabilmesi için parametrik olmayan testlerden Mann-Whitney U Testi uygulanmıştır. Ardından ğretmen adaylarından elde edilen verilerin sınıf seviyesine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini öğrenmek üzere yine parametrik olmayan bir test olan Kruskal Wallis Testi uygulanmıştır. Son olarak PDA ve MBO leklerinden elde edilen veriler arasındaki ilişkiyi öğrenmek adına Pearson Korelasyon Testi uygulanmıştır.

BÖLÜM IV

BULGULAR

Bu bölümde araştırma sorularına uygun olarak yapılan analizlerin sonuçları sırası ile verilmektedir.

4.1. Birinci Alt Probleme Dair Bulgular

Tablo 4'te sınıf öğretmeni adaylarının değer algılarına dair betimleyici istatistiklere yer verilmiştir.

Tablo 4

Sınıf Öğretmeni Adaylarının Değer Algıları

	Boyut	N	Min.	Max.	$\bar{X}$	Ss
Sınıf Öğretmeni Adaylarının Değer Algıları	Güç	177	5	17	12,47	2,24
	Başarı	177	4	64	18,26	5,25
	Hazcılık	177	3	18	13,57	2,69
	Uyarılma	177	6	18	13,32	2,66
	Öz yönelim	177	6	24	19,30	2,71
	Evrenselcilik	177	20	36	31,48	3,60
	İyilikseverlik	177	4	24	18,88	3,37
	Geleneksellik	177	4	24	15,58	3,58
	Uyma	177	6	24	18,69	3,12
	Güvenlik	177	14	30	24,94	3,25
Portre Değerler Anketi (PDA) Toplamı		177	131	237	186,53	18,25

Tablo 4'te görüldüğü gibi sınıf öğretmeni adaylarının değer algıları bütün alt boyut puanları 3 ile 64 arasında değişmektedir. Adayların ölçekten aldıkları toplam puanlar incelendiğinde en düşük puan 131, en yüksek puan ise 237'dir. Adayların Portre Değerler Anketinden

aldıkları toplam puanların ortalaması 186,53'tür. Bu sonuç sınıf öğretmeni adaylarının değer algılarının yüksek seviyede olduğunu göstermektedir. Tablo 4'e bakıldığında değer algısının en yüksek olduğu alt boyutlar sırasıyla başarı, evrenselcilik ve güvenlik iken, en düşük değer algısının olduğu alt boyut ise güç alt boyutu olmuştur. Başarı alt boyutuna ait değer algısının yüksek olmasının eğitim ve öğretimle iç içe olmalarından kaynaklandığı düşünülebilir. Güç alt boyutuna ait değer algısının en düşük olmasının ise katılımcıların sınıf öğretmeni adayı oldukları için güç kullanmaya olumsuz bakış açısıyla yaklaşmalarından dolayı olabileceği düşünülmektedir.

4.2. İkinci Alt Probleme Dair Bulgular

İkinci alt probleme dair bulgulara geçmeden önce Tablo 5'te PDA ve MOBÖ'ne ait çarpıklık ve basıklık değerleri verilmiştir.

Tablo 5

Normallik Analizi

Ölçekler	Çarpıklık	Basıklık	Normal Dağılım
Portre Değerler Anketi (PDA)	-,24	,38	Var
Medya Okuryazarlığı Becerileri Ölçeği (MOBÖ)	-,85	3,27	Yok

Yapılan araştırmalar normallik analizinden sonra elde edilen çarpıklık ve basıklık değerleri +1 ve -1 değerleri aralığında ise normal dağılımın olduğunu vurgulamaktadır (Büyüköztürk, Çokluk & Köklü, 2011). Bu doğrultuda Portre Değerler Anketi'nde normal dağılımın olduğu ancak Medya Okuryazarlığı Becerileri Ölçeği'nde ise normal dağılımın olmadığı sonucuna varılmıştır. Böylece çalışmanın devamında yapılan normallik analizi sonuçlarına uygun istatistikler yapılmıştır.

Tablo 6'da sınıf öğretmeni adaylarının Portre Değer Anketi'nin cinsiyete göre t-testi sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 6

Öğretmen Adaylarının Portre Değerler Anketinin Cinsiyete Göre T-Testi Sonuçları

Boyut	Cinsiyet	N	$\bar{X}$	Ss	Sd	t	p
Güç	Kadın	136	12,55	,82	57,06	,74	,45
	Erkek	41	12,21	,91			
Başarı	Kadın	136	17,86	,81	45,92	-1,30	,19
	Erkek	41	19,58	,79			
Hazcılık	Kadın	136	13,92	,87	58,44	3,00	,004**
	Erkek	41	12,39	,82			
Uyarılma	Kadın	136	13,53	,78	56,35	1,75	,08
	Erkek	41	12,60	,81			
Öz yönelim	Kadın	136	19,17	,74	68,09	-1,17	,24
	Erkek	41	19,73	,79			
Evrenselcilik	Kadın	136	31,91	,78	175	2,92	,004**
	Erkek	41	30,07	,78			
İyilikseverlik	Kadın	136	18,90	,80	175	,16	,86
	Erkek	41	18,80	,84			
Geleneksellik	Kadın	136	15,58	,74	63,96	-,04	,96
	Erkek	41	15,60	,81			
Uyma	Kadın	136	18,75	,85	60,38	,42	,69
	Erkek	41	18,51	,81			
Güvenlik	Kadın	136	25,14	,62	65,60	1,48	,14
	Erkek	41	24,29	,68			
Portre Değerler Anketi (PDA) Toplam Puanı	Kadın	136	187,35	17,63	59,66	1,00	,31
	Erkek	41	183,82	20,15			

Tablo 6 incelendiğinde yapılan t-testi sonucunda sınıf öğretmeni adaylarının değer algılarının Hazcılık alt boyutunda cinsiyet değişkenine göre kadın öğretmen adayları lehine ($p=,004$) anlamlı farklılık gösterdiği görülmektedir ($p<.05$, $\bar{X}(kadın) = 13,92; \bar{X}(erkek) = 12,39$). Öte yandan Evrenselcilik alt boyutunda da yine kadınların lehine ($p=,004$) anlamlı bir farklılık gözlemlenmiştir ($p<.05$, $\bar{X}(kadın) = 31,91; \bar{X}(erkek) = 30,07$). Diğer alt boyutlarda ve ölçeğin toplamında da cinsiyet değişkenine göre anlamlı farklılık bulunmamıştır ($p>.05$).

Tablo 7’da öğretmen adaylarının değer algılarının sınıf düzeylerine göre ANOVA sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 7

Öğretmen Adaylarının Değer Algılarının Sınıf Düzeylerine Göre ANOVA Sonuçları

Boyut	Sınıf Düzeyi	N	$\bar{X}$	Ss	F	p	Anlamlı fark
Değer Algısı Puanı	1	61	187,95	18,45	,73	,53	-
	2	49	185,81	16,25			
	3	33	188,69	21,26			
	4	34	182,94	17,67			
Güç	1	61	12,47	2,48	,19	,90	-
	2	49	12,38	2,25			
	3	33	12,72	1,97			
	4	34	12,35	2,08			
Başarı	1	61	19,59	6,88	2,62	,05	-
	2	49	17,36	3,82			
	3	33	18,54	4,25			
	4	34	16,91	3,94			
Hazcılık	1	61	13,45	2,64	,75	,52	-
	2	49	14,00	2,39			
	3	33	13,12	3,42			
	4	34	13,58	2,42			
Uyarılma	1	61	13,47	2,64	,99	,39	-
	2	49	13,44	2,49			
	3	33	13,57	3,13			
	4	34	12,61	2,43			
Öz Yönelim	1	61	19,32	2,81	3,02	,03	Var
	2	49	19,65	2,54			
	3	33	19,93	2,56			
	4	34	18,14	2,68			
Evrenselcilik	1	61	31,29	3,96	,28	,83	-
	2	49	31,34	3,57			
	3	33	31,54	3,14			
	4	34	31,97	3,50			
İyilikseverlik	1	61	18,93	3,17	,80	,49	
	2	49	18,93	2,96			
	3	33	18,15	4,33			
	4	34	19,41	3,22			

Boyut	Sınıf Düzeyi	N	$\bar{X}$	Ss	F	p	Anlamlı fark
Geleneksellik	1	61	15,13	3,82	1,93	,12	-
	2	49	15,36	4,08			
	3	33	16,90	2,75			
	4	34	15,44	2,83			
Uyma	1	61	19,00	3,28	,44	,72	-
	2	49	18,67	2,66			
	3	33	18,63	3,09			
	4	34	18,23	3,52			
Güvenlik	1	61	25,26	3,34	1,22	,30	-
	2	49	24,63	3,05			
	3	33	25,54	3,02			
	4	34	24,26	3,53			

Tablo 6 incelendiğinde yapılan ANOVA sonucunda sınıf öğretmenleri adaylarının değer algılarının sadece Öz Yönelim alt boyutu hariç tüm alt boyutlarında ve ölçeğin toplamında sınıf düzeyi değişkenine göre anlamlı farklılığa rastlanmamıştır ($p>.05$). Öz Yönelim alt boyutuna dair yapılan analizlere bakıldığında 3. Sınıftaki öğretmen adayları ile 4. Sınıftaki öğretmen adayları arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Bulunan bu anlamlı farklılığın 3. Sınıftaki öğretmen adaylarının lehine olduğu sonucuna varılmıştır.

4.3. Üçüncü Alt Probleme Dair Bulgular

Tablo 8’de sınıf öğretmeni adaylarının medya okuryazarlığı becerilerine yer verilmiştir.

Tablo 8

Sınıf Öğretmeni Adaylarının Medya Okuryazarlığı Becerileri

	Boyut	N	Min.	Max.	$\bar{X}$	Ss
Medya Okuryazarlık Becerileri	Erişme	177	14	55	43,98	6,03
	Analiz	177	5	75	58,53	9,52
	Değerlendirme	177	7	35	27,60	4,27
	İletme	177	30	65	51,17	7,34
	Medya Okuryazarlığı Becerileri(MOBÖ) Toplamı	177	55	225	177,02	23,96

Tablo 8’de sınıf öğretmeni adaylarının medya okuryazarlık becerilerinin tüm alt boyutların içerisinde en düşük 5 puan, en yüksek 75 puan aldığı, en düşük ve en yüksek puanların analiz alt boyutuna ait olduğu görülmektedir. Medya Okuryazarlığı Becerileri Ölçeğinden aldıkları toplam puanlar ise en düşük 55, en yüksek 225 puandır. En düşük puan Erişme alt boyutuna ait olup en yüksek puan ölçeğin tamamından alınan puana aittir. Sınıf öğretmeni adayları Medya Okuryazarlığı Becerileri Ölçeğinden toplam aldıkları puanların ortalaması da 177,02 şeklindedir. Bu sonuç sınıf öğretmeni adaylarının medya okuryazarlık becerilerinin yüksek düzeyde olduğunu göstermektedir.

4.4. Dördüncü Alt Probleme Dair Bulgular

Tablo 9’de öğretmen adaylarının medya okuryazarlığı becerisinin cinsiyete göre Mann-Whitney U Testi sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 9

Öğretmen Adaylarının Medya Okuryazarlığı Becerisinin Cinsiyete Göre Mann-Whitney U Testi Sonuçları

Medya Okuryazarlığı Becerisi ve Alt Boyutları	Cinsiyet	N	Mean Rank	p
Medya Okuryazarlığı Becerisi	Kadın	136	87,86	,590
	Erkek	41	92,78	
Erişme	Kadın	136	88,71	,891
	Erkek	41	89,96	
Analiz	Kadın	136	87,38	,442
	Erkek	41	94,39	
Değerlendirme	Kadın	136	86,56	,358
	Erkek	41	94,88	
İletme	Kadın	136	89,30	,704
	Erkek	41	85,85	

Çalışmanın bu aşamasında sınıf öğretmeni adaylarının Medya Okuryazarlığı Becerileri Ölçeğine ait puanlar normal dağılım göstermediğinden, puanların cinsiyete göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini anlamak için parametrik olmayan testlerden Mann-Whitney U testi uygulanmıştır. Tablo 9’de gösterildiği gibi yapılan testin sonucunda erkeklerin medya

okuryazarlık becerilerinin kadınlara göre daha yüksek olduğu fakat anlamlı bir farklılığın olmadığı gözlemlenmiştir ($p=,590$).

Tablo 10'da öğretmen adaylarının medya okuryazarlık becerilerinin sınıf düzeylerine göre Kruskal Wallis Testi sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 10

Öğretmen Adaylarının Medya Okuryazarlık Becerilerinin Sınıf Düzeylerine Göre Kruskal Wallis Testi Sonuçları

Boyut	Sınıf Düzeyi	N	Mean Rank	p	Anlamlı fark
Medya Okuryazarlığı Becerisi	1	61	89,01	,53	-
	2	49	91,33		
	3	33	96,27		
	4	34	78,57		
Erişme	1	61	90,20	,72	-
	2	49	91,61		
	3	33	92,11		
	4	34	80,06		
Analiz	1	61	86,20	,39	-
	2	49	91,20		
	3	33	100,30		
	4	34	79,87		
Değerlendirme	1	61	91,16	,61	-
	2	49	86,99		
	3	33	98,05		
	4	34	76,72		
İletme	1	61	92,89	,50	-
	2	49	90,54		
	3	33	89,62		
	4	34	76,72		

Çalışmanın bu aşamasında sınıf öğretmeni adaylarının medya okuryazarlık becerilerinin sınıf düzeylerine göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini anlamak için medya okuryazarlığı testinin verileri normal dağılım göstermediğinden parametrik olmayan testlerden Kruskal Wallis Testi uygulanmıştır. Tablo 9'daki analiz sonuçları incelendiğinde sınıf öğretmeni adaylarının medya okuryazarlığı becerisinde ve tüm alt boyutlarında sınıf düzeylerine göre anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır ($p>.05$).

4.5. Beşinci Alt Probleme Dair Bulgular

Tablo 10’da sınıf öğretmeni adaylarının değer algıları ve medya okuryazarlık becerileri arasındaki ilişkiye ait bulgulara yer verilmiştir.

Tablo 6

Sınıf Öğretmeni Adaylarının Değer Algıları ve Medya Okuryazarlık Becerileri Arasındaki İlişki

Değişkenler	Medya Okuryazarlığı Becerileri Ölçeği	Erişme	Analiz	Değerlendirme	İletme
Portre Değerler Anketi	,237**	,283*	,155*	,211**	,296**
Güç	-,066	-,001	-,105	-,061	,011
Başarı	,092	,123	,066	,092	,078
Hazcılık	,175*	,184*	,105	,099	,278**
Uyarılma	,112	,163*	,071	,037	,198**
Öz Yönelim	,349**	,414**	,264**	,252**	,277**
Evrenselcilik	,259**	,338**	,180*	,168*	,271**
İyilikseverlik	,164*	,155*	,116	,154*	,224**
Geleneksellik	-,014	-,081	-,014	,003	,031
Uyma	,077	,117	,024	,144	,149*
Güvenlik	,185*	,203**	,142	,268**	,192*

*p<.05, **p<.01, n=177

Tablo 10’da “sınıf öğretmeni adaylarının değer algıları ile medya okuryazarlık becerileri arasındaki ilişki” tüm alt boyutları da dahil olmak üzere Pearson Korelasyon Testi ile analiz edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda sınıf öğretmeni adaylarının değer algıları ile medya okuryazarlık becerileri arasında pozitif yönde ve düşük seviyede anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir ($r = .237$, $p < .01$). Medya okuryazarlığı becerisinin alt boyutları olan erişme, analiz, değerlendirme ve iletme alt boyutu becerilerinin yükselmesi adayların değer algı

seviyelerinin de yükselmesini etkilediği tespit edilmiştir. Sınıf öğretmeni adaylarının alt boyutlardan olan hazcılık değer boyutuna yönelme düzeyi yükseldikçe medya okuryazarlık becerisi, erişme ve iletme alt boyutlarına ait becerilerin de yükseldiği söylenebilir. Uyarılma değer boyutuna yönelme seviyeleri yükselen bireylerin, medya okuryazarlığında erişme ve iletme alt boyutuna ait becerilerinin de yükseldiği gözlemlenmiştir. Adayların öz yönelim ve evrenselcilik değer boyutuna yönelme düzeyleri yükseldikçe medya okuryazarlığı becerisi ve tüm alt boyutlarının yükseldiği görülmüştür. İyilikseverlik ve güvenlik değer boyutlarına yönelme seviyeleri yükseldikçe medya okuryazarlık becerilerinden erişme, değerlendirme ve iletme alt boyutlarına dair becerilerin de yükseldiği bulunmuştur.



BÖLÜM V

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Araştırmanın bu bölümünde elde edilen bulgulara dair sonuçlara ve araştırmacı tarafından geliştirilen önerilere yer verilmiştir.

5.1. “Sınıf öğretmeni adaylarının değer algıları nasıldır?” alt problemine ilişkin Sonuçlar

Çalışma sonucunda sınıf öğretmeni adaylarının değer algısının yüksek olduğu tespit edilmiştir. Çileli ve Tezer (1998), Aydın (2003), Keskin ve Sağlam (2014), Yalız-Solmaz (2015), Özdemir Beceren ve Bilgen (2019) tarafından yapılan çalışmalarda özgürlük ve toplumsal değerlere ilişkin algıların yüksek düzeyde olduğuna rastlanılmıştır. Araştırmamızın sonuçları Sarı ve Onur Sezer (2017)’in öğretmen adaylarının toplumsal değer algıları ile değerler eğitime yönelik tutumları arasındaki ilişkiyi incelediği çalışmasının sonuçlarıyla benzerlik göstermektedir. Aynı çalışmada öğretmen adaylarının, başarı alt boyutunu en çok aktarmak istedikleri değer olarak önemsedikleri tespit edilmiştir. Benzer şekilde bu çalışmada da öğretmen adaylarının başarı alt boyutuna ait değer algılarının en yüksek olduğu belirlenmiştir. Dolayısıyla bu durumun sebebinin öğretmen adaylarının başarı değerini çocuklara aktarmak istemesinden kaynaklandığı düşünülmektedir. Bu çalışmada öğretmen adaylarının değer algılarını belirlerken ilk sırada başarı boyutunu, ikinci sırada evrenselcilik boyutunu, hemen ardından ise güvenlik boyutunu önemsedikleri bulunmuştur. Fırat ve Açıkgöz’ün (2012) ilkököl öğretmenlerinin değer algılarını incelediği çalışmada da evrensellik, iyilikseverlik, güvenlik ve özyönelim boyutlarının en çok

önemsenen alt boyutlar olması nedeniyle bu araştırmanın sonuçlarıyla paralellik göstermektedir. Özdemir Beceren ve Bilgen (2019) okul öncesi öğretmen adaylarının değer algılarının inceledikleri çalışmalarında en yüksek değer algısına iyilikseverlik güvenirlilik, en düşük değer algısına ise güç değer algısı alt boyutunda sahip olduğu görülmektedir.

Öte yandan bu çalışmada öğretmen adaylarının en az önemseddiği alt boyut ise güç değer algısı alt boyutu olmuştur. Gedik (2010) ve Yalmancı (2009) öğretmen adaylarının, Uzun (2014) ise öğretmenlerin değer yönelimlerini inceledikleri araştırmalarında en az güç değerine önem verdiklerini tespit etmişlerdir.

5.2. “Sınıf öğretmeni adaylarının değer algıları cinsiyet ve sınıf düzeylerine göre farklılık göstermekte midir?” alt problemine İlişkin Sonuçlar

Bu çalışmamızda sınıf öğretmeni adaylarının değer algılarının sınıf düzeyine göre anlamlı farklılık göstermediği görülmüştür. Dilmaç, Bozgeyikli ve Çıkılı (2008) öğretmen adaylarının değer algılarını inceledikleri çalışmada, araştırmanın sonuçlarına paralel olarak öğretmen adaylarının değer algılarının sınıf düzeylerine göre anlamlı farklılaşmadığı görülmüştür. Ek olarak Dilmaç (1999), “İnsani Değerler Eğitimi” programına katılan öğrencilerin ahlaki olgunluklarının gelişim seviyelerini, öğrenim gördükleri sınıf düzeyine göre incelendiği çalışmada anlamlı bir farklılığa rastlanmadığını belirtmiştir. Eser (2012) tarafından gerçekleştirilen çalışmada da benzer şekilde öğrencilerin insani değer seviyelerinin öğrenim gördükleri sınıf düzeyine göre anlamlı bir şekilde farklılaşmadığı tespit edilmiştir. Benzer şekilde Özdemir Beceren ve Bilgen’in (2019) okul öncesi öğretmen adaylarının değer algılarını inceledikleri çalışmalarında, öğretmen adaylarının değer algılarının sınıf düzeyine göre farklılaşmadığı sonucuna varılmıştır.

Araştırmanın sonuçlarından biri de öğretmen adaylarının değer algılarının hazcılık ve evrenselcilik alt boyutunda kadın adayların lehine anlamlı bir farklılık göstermesidir. Bu sonuç Yalmancı’nın (2009) araştırmasında hazcılık ve evrenselcilik alt değer boyutlarının cinsiyete göre farklılaştığı sonucuyla bire bir örtüşmektedir. Dolayısıyla kadınların hazcılık ve evrenselcilik değerlerini daha fazla önemsedikleri sonucuna varılabilir.

5.3. “Sınıf öğretmeni adaylarının medya okuryazarlık becerileri nasıldır?” alt problemine İlişkin Sonuçlar

Sınıf öğretmeni adaylarının medya okuryazarlık becerilerini tespit etmek için yapılan bu çalışmada İç Anadolu Bölgesi’ndeki bir devlet üniversitesinde öğrenim görmekte olan sınıf öğretmeni adaylarına Medya Okuryazarlık Becerileri Ölçeği uygulanmıştır. Araştırmanın sonucuna göre sınıf öğretmeni adaylarının medya okuryazarlık becerilerinin orta düzeyin üzerinde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç daha önce yapılan çalışmaların bulgularıyla benzerlik göstermektedir (Karaman & Karataş, 2009). Öztay ve Öztay’ın (2021) “Küresel İletişim Çağında Öğretmen Adaylarının Medya Okuryazarlık ve Eleştirel Düşünme Düzeylerinin İncelenmesi” isimli çalışmasında Fen Bilimleri, Türkçe ve Sınıf Öğretmeni adayları ile yaptıkları uygulamalar neticesinde sınıf öğretmenlerinin medya okuryazarlık becerileri orta düzeyin üzerinde olduğu tespit edilmiştir. Bu tespit çalışmamızın sonucuyla paralellik gösterir niteliktedir. Bununla beraber alan yazında öğretmen adaylarının medya okuryazarlığı becerilerindeki yetkinliklerinin orta düzeyin üzerinde olduğunu tespit eden başka çalışmalar da söz konusudur (Çepni, Palaz & Ablak, 2015; Engin & Genç, 2015; Uslu, Yazıcı & Çetin, 2016).

5.4. “Sınıf öğretmeni adaylarının medya okuryazarlık becerileri cinsiyet ve sınıf düzeylerine göre farklılık göstermekte midir?” alt problemine İlişkin Sonuçlar

Çalışmanın sonuçları incelendiğinde sınıf öğretmeni adaylarının cinsiyet faktörünün medya okuryazarlık becerisini etkilemediği gözlemlenmiştir. Bu durum alanyazını destekler niteliktedir (Akaydın & Kurnaz, 2015; Aksoy, 2021; Arıkan & Karasu, 2016; Çepni vd., 2015; Durak, 2021; Erişti & Erdem, 2018; Sarsar & Engin, 2015; Som & Kurt, 2012; Yılmaz & Aladağ, 2015).

Sınıf öğretmeni adaylarının medya okuryazarlık becerisinin bulundukları sınıf düzeyine göre bir değişiklik göstermediği gözlemlenmiştir. Bunun sebebinin sınıf öğretmeni adaylarının üniversitede tüm sınıf düzeylerinde seçmeli olarak Medya Okuryazarlığı dersini almaları olabileceği düşünülmektedir. Öte yandan yapılan ölçekten elde edilen sonuçlara göre sınıf öğretmeni adaylarının tüm sınıf düzeylerinde genel anlamda medya okuryazarlık becerilerinin yüksek olmasının da ölçek sonuçlarının sınıf düzeyleri arasında bir farklılık göstermemesine neden olduğu söylenebilir.

5.5. “Sınıf öğretmeni adaylarının medya okuryazarlık becerileri ile değer algıları arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?” alt problemine İlişkin Sonuçlar

Çalışmada yapılan analizler sonucunda sınıf öğretmeni adaylarının medya okuryazarlık becerileri ile değer algıları arasında pozitif yönde ve düşük seviyede anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir ($r = .237, p < .01$). Bu sonuç sınıf öğretmeni adaylarının medya okuryazarlık becerileri ne kadar yüksekse, değer algı düzeylerinin de o kadar yüksek olduğunu göstermektedir. Medya okuryazarlığı becerisinin alt boyutları olan erişme, analiz, değerlendirme ve iletme alt boyutu becerilerinin yükselmesi adayların değer algı seviyelerinin de yükselmesinde etkili olduğu tespit edilmiştir. Sınıf öğretmeni adaylarının alt boyutlardan olan hazcılık değer boyutuna yönelme düzeyi yükseldikçe medya okuryazarlık becerisi, erişme ve iletme alt boyutlarına ait becerilerin de yükseldiği söylenebilir. Uyarılma değer boyutuna yönelme seviyeleri yükselen bireylerin, medya okuryazarlığında erişme ve iletme alt boyutuna ait becerilerinin de yükseldiği gözlemlenmiştir. Adayların öz yönelim ve evrenselcilik değer boyutuna yönelme düzeyleri yükseldikçe medya okuryazarlığı becerisi ve tüm alt boyutlarının yükseldiği görülmüştür. İyilikseverlik ve güvenlik değer boyutlarına yönelme seviyeleri yükseldikçe medya okuryazarlık becerilerinden erişme, değerlendirme ve iletme alt boyutlarına dair becerilerin de yükseldiği bulunmuştur.

Alan yazına bakıldığında medya okuryazarlığı becerileri ile değer algısı değişkenlerinin neredeyse hiçbir çalışmada birlikte incelenmediği tespit edilmiştir. Dolayısıyla çalışmanın bu yönüyle alan yazına önemli bir katkısı olacağı düşünülmektedir. Öte yandan medya ile değerlerin farklı şekillerde birlikte işlendiği çalışmalar da az sayıda da olsa mevcuttur. Yardımcı (2021) yüksek lisans tezinde Z Kuşağının sosyal medyada değerleri koruyup korumadığını ortaya çıkarmayı amaçlamıştır. Araştırma İletişim Fakültesi lisans öğrencilerine uygulanmış olup, katılımcıların medya kullanımlarının sahip oldukları değerlere olumsuz etki ettiği görülmüştür. Kafadar (2021) yapmış olduğu bir araştırmada sosyal bilgiler öğretmen adaylarının görüşlerine dayalı olarak medya okuryazarlığı eğitiminin değer kazanımındaki rolünü belirlemeyi amaçlamıştır. Araştırma sonucunda öğretmen adayları medya okuryazarlığı eğitiminin değer kazanımına olumlu katkıları olduğu konusunda görüşlerini belirtmişlerdir.

Öneriler

1. Medya okuryazarlığı dersi sınıf öğretmeni adaylarına ders olarak verilebilir:

- Derslerde öncelikle temel medya becerileri öğretilmelidir. Bu beceriler; medya kavramı, medya türlerini tanıma, medyanın nasıl işlediğini anlama, medyayı doğru, güvenli ve etkinli bir şekilde kullanma, bilgiyi eleştirel düşünme becerilerini kullanarak değerlendirme gibi alanları kapsayan nitelikte olmalıdır. Ardından daha karmaşık medya kavramlarını, etkin bir medya tüketicisi ve üreticisi olmayı, medyayı kullanarak iletişim stratejilerini geliştirmeyi öğretmeyi amaçlamalıdır. Bu dersler medyanın sosyal, kültürel ve politik etkilerini anlama, medya ürünlerini eleştirel olarak analiz etme ve bilgiyi derinlemesine yorumlama becerilerini geliştirmelidir.

2. Sınıf öğretmenlerine medya okuryazarlığı becerileri ve değer eğitimi ile ilgili hizmet içi eğitimler verilebilir:

- Görevi başında olan öğretmenlerin medyanın etkilerinin farkına varmaları ve medyayı mantığın süzgecinden geçirerek verilmek istenen ana mesajı algılamalarını sağlayabilecek hizmet içi eğitimlerin verilmesi gerekmektedir. Öte yandan sınıf öğretmenlerinin değer algılarının doğru şekillenmesi için ve değerlerimizi koruyup nesillere aktarabilmemiz için Bu sayede medya okuryazarı öğretmenler daha bilinçli nesiller yetiştirebileceklerdir.

3. Özellikle sınıf öğretmeni adaylarının değer eğitimine daha fazla önem verilebilir:

- Öğretmen adaylarının temel insani değerleri içselleştirmeleri için çeşitli ders içerikleri hazırlanabilir. Böylece temel değer yargıları sağlam olan öğretmen adaylarının karşılaşacağı medya içeriklerini etik açıdan doğru değerlendirmeleri sağlanabilir. Dolayısıyla toplumumuzun değer yargıları korunarak nesilden nesle aktarılabilir.

KAYNAKLAR

- Acat, M. B. & Aslan, M. (2012). Yeni bir değer sınıflaması ve bu sınıflamaya bağlı olarak öğrencilere kazandırılması gereken değerler. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 12(2), 1461-1474.
- Akaydin, ř. & Hopurcuoğlu, A. (2016). *Ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeyleri / media literacy levels of secondary school students*. Turkish Studies - International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic. 11. 1273-1286.
- Akar, E. (2011). *Sosyal medya pazarlaması (2. Baskı)*. Ankara: Efil.
- Akaydin, ř., & Kurnaz, H. (2015). Türkçe öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeyleri. V. Coşkun vd.,(Editörler), *Türkçe'nin eğitim-öğretimine yönelik çalışmalar* içinde (s. 394-402). Ankara: Pegem.
- Akbaba-Altun, S. (2003). Eğitim yönetimi ve değerler. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 1(1), 7-18.
- Akbaş, O. (2004). *Türk milli eğitim sisteminin duyuşsal amaçlarının ilköğretim II. Kademedeki gerçekteşme derecesinin değerlendirilmesi*. Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Aksoy, N. (2021). *Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının medya okuryazarlığı algı düzeyleri ve görüşleri: Manisa Celal Bayar Üniversitesi örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Manisa Celal Bayar Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Manisa.
- Aktepe, V., Keser, H. & şeref, ř. E. (2020). Sınıf öğretmenlerinin perspektifinden değerler ve değerler eğitimi uygulamalarının değerlendirilmesi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(4), 897-918.

- Akyazı, A. (2015). *Gazetelerin haber paylaşım platformu olarak sosyal medyanın çatışma kültürüne etkisi. Ağdaki şüphe- bir medya eleştirisi*. İstanbul: Beta.
- Alınca, S. (2019). *İzmir Bornova ve Karşıyaka halk eğitimi merkezlerinde çalışan öğretmen ve usta öğreticilerin medya okuryazarlığı düzeyleri*. Yüksek Lisans Tezi. Ege Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Temel Eğitim Ana Bilim Dalı, İzmir.
- Alimcan, D. & Altunay Şam, E. (2017). Sosyal bilgiler dersi boyutunda değerler eğitiminin önemi ve medyanın değerler üzerindeki etkisi. *Milli Eğitim Dergisi*, 46(215), 239-259.
- Altun, A. (2005). *Gelişen teknolojiler ve yeni okuryazarlıklar*. Ankara: Anı.
- Altun, A. (2008). Türkiye’de medya okuryazarlığı. *İlköğretmen Eğitimci Dergisi*, 16, 30-34.
- Altun, N. & Bangir-Alpan, G. (2021). Temel eğitim programlarında dijital okuryazarlık. *JRES*, 8(2), 280-294.
- Andersen, N. (2002). *New media and new media literacy*, Thinking critically about media: schools and families in partnership. Washington DC: Cable in the Classroom.
- Arıkan, Y. D. & Karasu, M. (2016). Öğretmen adaylarının sosyal medya kullanım durumları ve medya okuryazarlık düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Ege Eğitim Dergisi*, 17(2), 549-566. <https://doi.org/10.12984/egeefd.280757>
- Arslan, A. (2004). Medyanın birey, toplum ve kültür üzerine etkileri. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 1, 1-12.
- Aslan, H. (2009). *Medya okuryazarlığının görsel kültür ve sanat eğitimi ekseninde çözümlenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. On Dokuz Mayıs Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Samsun.
- Aspin, D. N. (2007). The ontology of values and values education. In D. N. Aspin & J. D. Chapman (Eds.) *Values education and lifelong learning: Principles policies, programmes* (pp. 27-48). Netherlands: Springer.
- Ateş, M. V. & Aşçı, A. U. (2021, Eylül). Okuryazarlık kavramı ve eğitimle ilişkili okuryazarlık türleri. *VII. TURKCESS Uluslararası Eğitim ve Sosyal Bilimler Kongresi bildirileri*, 456-472.

- Aufderheide P. & Firestone, C. (1993). *Media literacy: A report of the national leadership conference on media literacy*. Queenstown, MD: Aspen Institute.
- Avcı, İ. B. (2012). *Medya okuryazarlığı dersini alan öğrencilerin medyaya bakışı: Kayseri örneği*. Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Avcı, M. (2020). *Öğretmenlerin değerler eğitimine yönelik tutumlarının incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Fırat Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Elâzığ.
- Aybal, Ç. N. (2021). *4-11 yaş çocuklarda ekran bağımlılığı eğiliminin incelenmesi ve ebeveynlerin ekran bağımlılığını önlemeye yönelik tutumlarının değerlendirilmesi*. Tıpta Uzmanlık Tezi, Sağlık Bilimleri Üniversitesi, İstanbul Haseki Eğitim ve Araştırma Hastanesi, İstanbul.
- Aydın, M. (2003). Gençliğin değer algısı: Konya örneği. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 1(3), 121-144.
- Aziz, A. (1982). *Toplumsallaşma ve kitle iletişim*. Ankara: Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksekokulu.
- Aziz, A. (2002). *Radyo yayıncılığı*. Ankara: Nobel.
- Balcı, F. A. & Yanpar-Yelken, T. (2010). İlköğretim öğretmenlerinin “değer” kavramına yükledikleri anlamlar. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 39, 81-90.
- Baran, S. (2004). *Introduction to mass communication: Media literacy and culture*. New York: McGraw Hill Companies.
- Barni, D., Danioni, F., & Benevene, P. (2019). Teachers’ self-efficacy: the role of personal values and motivations for teaching. *Frontiers in Psychol.* 10, 1645. doi: 10.3389/fpsyg.2019.01645
- Barrett, G. F. & Riddell, W. C. (2019). Ageing and Skills: The Case of Literacy Skills. IZA Discussion Paper No. 12073, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3323188> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3323188>
- Bawden, D. (2001). Information and digital literacies: A review of concepts. *Journal of Documentation*, 57(2), 218-259. <http://dx.doi.org/10.1108/EUM0000000007083>
- Bilici, İ. E. (2014). *Medya okuryazarlığı ve eğitimi*. Ankara: Nobel

- Bilici, İ. E. (2017). İnfomal öğrenme, çocuk ve suç olgusu. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(37), 21-31.
- Bibi, A., Khan, S. N., Rasheed, H., Kulsoom, U., Musharraf, M., & Ali, S. (2022). Effects of increased electronic screen exposure and its relation with autistic spectrum symptoms (asd)—a cross sectional study in peshawar. *Pakistan Journal of Medical Research*, 61(1), 30-34.
- Binark, M., & Gencel Bek, M. (2010). *Eleştirel medya okuryazarlığı [critical media literacy]*. İstanbul: Kalkedon.
- Burnett, C., & Merchant, G. (2011). Is there a space for critical literacy in the context of social media? *English Teaching: Practice and Critique*, 10(1), 41–57.
- Burton, G. (1995). *Görünenden fazlası*. (N. Dinç, Çev.). İstanbul: Alan.
- Burton, G. (t.b). *Medya analizlerine giriş*. (N. Dinç, Çev.). İstanbul: Alan.
- Büyükbaykal, C. (2018). *Medya okuryazarlığı eğitimi*. İstanbul: Derin.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E.K., Akgün, Ö.E., Karadeniz Ş. & Demirel, F. (2009). *Bilimsel araştırma yöntemleri*, Ankara: Pegem A Akademi.
- Cakmak E.C. & Tuzel S.T. (2015). Debates about the future of media literacy in Turkey. *Journal of Media Literacy Education*, 7(3), 1-12.
- Caner, Ö. (2019). *Öğretmen adaylarının okul dışı öğrenme ortamlarında sürdürülebilir çevre eğitime yönelik tutumları*. Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Antalya.
- Center for Media Literacy. (2003). *CML MediaLit Kit: A framework for learning and teaching in a media age*. https://www.medialit.org/sites/default/files/01a_mlkorientation_rev2_0.pdf sayfasından erişilmiştir.
- Ceylan, Y. (2012). Toplumsal değerler ve medya etiği. *Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(7), 45-58.
- Chomsky, N. & Herman, S.E. (2004). *Medyanın kamuoyu imalatı*. İstanbul: Chivi Yazıları.
- Coşar, Ü. (2009). *Hilmi Ziya Ülken'de bilgi ve değer*. Yüksek Lisans Tezi, Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Van.

- Coşkun, K. (2020). Dindarlık ve toplumsal değerler: imam hatip lisesi öğrencileri üzerine görgül bir çalışma (Ankara örneği). *Marife Dini Araştırmalar Dergisi*, 20(1), 213-240.
- Çakmak, E. (2013). Kil tabletten tablet bilgisayara okuryazarlık. (Ed.) Gençtürk, E. & Karatekin, K. *Sosyal bilgiler için çoklu okuryazarlık* (s. 2-24). Ankara: Pegem.
- Çalışkan, H. & Yıldırım, Y. (2021). *Okul dışı ortamlarda değerler eğitimi*. Ankara: Pegem.
- Caplan, S.E. (2010). Theory and measurement of generalized problematic Internet use: A two-step approach. *Computers in Human Behavior*, 26, 1089-1097.
- Çeçen, A. F., Çokluk, N., Bostancı, M., Atmaca, S. (2023). aile kurumuna dijital bir yaklaşım: dijital aile sözleşmesi. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 22(1), 66-84. <https://doi.org/10.21547/jss.1206730>
- Çepni, O., Palaz, T. & Ablak, S. (2015). Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının medya ve televizyon okuryazarlık düzeylerinin çeşitli değişkenlere göre incelenmesi. *International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 10(11), 431-446.
- Çetin, İ. (2019). Yeni medyada yükselen ses “katılımcı kültür”: Survivor örneği. *Dördüncü Kuvvet*. 2 (2). 150-173.
- Çileli, M., & Tezer, E. (1998). Life and value orientations of Turkish university students. *Adolescence*, 33(129), 219-224
- Çıldan, C., Ertemiz, M., Küçük, E., Tumuçin, H. K. & Albayrak, D. (2012). *Sosyal medyanın politik katılım ve hareketlerdeki rolü*. Akademik Bilişim Konferansı, Şubat 2012 Uşak. [Http://Ab.Org.Tr/Ab12/Bildiri/205.Pdf](http://Ab.Org.Tr/Ab12/Bildiri/205.Pdf), Erişim Tarihi: 07.12.2022.
- Darga, H., Öztürk, F. Z., & Öztürk, T. (2021). Çizgi filmlerin çocukların dil ve sosyal gelişim alanlarına etkisine yönelik ebeveyn görüşlerinin incelenmesi. *International Primary Education Research Journal*, 5(1), 59-77.
- De Abreu, B. S. (2020). Global perspectives on media literacy. In *Media Literacy in a Disruptive Media Environment* (p. 9-22). New York: Routledge.

- Demirutku, K. & Sümer, N. (2010). Temel Değerlerin Ölçümü: Portre Değerler Anketi'nin Türkçe Uyarlaması. *Türk Psikoloji Yazıları*, 13(25), 17-25.
- Deviatko I.F. (2020). The concept of value in sociological theory: influence and (underestimated) possibilities for its interpretation from the point of view of gestalt psychology. *Sociological Research*. 10, 3-12.
- Dilmaç, B. (1999). *İlköğretim öğrencilerine insani değerler eğitimi verilmesi ve ahlaki olgunluk ölçeği ile eğitimin sınanması*. Doktora Tezi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Marmara Üniversitesi.
- Dilmaç, B., Bozgeyikli, H., & Çıkılı, Y. (2008, Aralık). Öğretmen adaylarının değer algılarının farklı değişkenler açısından incelenmesi. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 6(16), 69-71.
- Dilmen, E.N. ve Öğüt, S. (2006), “Yeni iletişim ortamları ve etkileşim’e iletişimsel bilişim yaklaşımı”, Yeni İletişim Ortamları Ve Etkileşim Uluslararası Konferansı, 1- 3 Kasım 2006.
- Dijk, V. (2018). *The network society: social aspect of new media*. London: Sage.
- Dikkala, V. P., Murthy, P. S., Prasad, R. V., Sharma, V., & Chaudhury, S. (2022). Amount of screen time and occurrence of of autistic-like symptoms in toddlers in a tertiary care hospital. *Medical Journal of Dr. DY Patil University*, 15(4), 538-543.
- Durak, S. T. (2021). *Okulöncesi öğretmen adaylarının medya okuryazarlığı ve iletişim becerileri arasındaki ilişkinin incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Antalya.
- Elçi, İ. & Çatak, M. (2021). Medyanın değerler üzerindeki etkisi ve medya okuryazarlığı. *Uluslararası Akademik Araştırmalar Kongresi bildirileri*. 504-513.
- Eltugay, Ö. (1999). *Popüler kültür ve yabancılaşma*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Engin, G. ve Genç, S. Z. (2015). Examination on media literacy behaviors of teacher candidates: Ege university example. *The International Journal of Research in Teacher Education*, 6(2), 1-10.
- Eraslan, H. (2021). Geleneksel medyadan sayısal medyaya: medya kuramları ve çocuk. Kılıç, Ş. (Ed.), *Çocuk ve medya*, s. 1-24, Ankara: Pegem.

- Erdemoğlu, M. (2011). *Görsel medyadaki şiddetin ortaöğretimin gençliği üzerindeki etkisi*. Yüksek Lisan Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Erden, F. & Yılmaz, B. (2018, Nisan). *Preservice early childhood teachers' attitudes towards values education*. 17. Uluslararası Sınıf Öğretmenliği Sempozyumu'unda sunulmuş bildiri, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Erdem, C. (2018). *Öğretmen adayları için medya okuryazarlığı dersi öğretim programı tasarısı*. Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir.
- Erişti, B. & Erdem, C. (2018). Öğretmen adaylarının medya okuryazarlığı beceri düzeyleri ile eleştirel düşünme eğilimleri arasındaki ilişki. *Electronic Journal of Social Sciences*, 17(67), 1234-1251.
- Eser, A. (2012). *İlköğretim öğrencilerinin insani değer düzeyleri ile çevresel tutumları arasındaki ilişki*. Yüksek Lisans Tezi, Yeditepe Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Evlampiev I.I. (2019). Lev Tolstoy about time and eternity in human life (based on the material of the writer's later diaries). *The Philosophy Journal*, Vol. 12, No. 4, pp. 128–142.
- Fidler, R. (1997). *Mediamorphosis: understanding new media*. California: Sage.
- Frankel, K. K., Becker, B. L. C., Rowe, M. W., & Pearson, P. D. From (2016). "What Is Reading?" To What is Literacy?. *The Journal of Education*, 196(3), 7-17.
- Fırat, N. Ş., & Açıkgöz, K. (2012). Bazı değişkenler açısından öğretmenlerin değer sistemleri. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 43(43), 422-435.
- Gedik, E. (2010). *Sınıf öğretmenlerinin değer yönelimlerinin ve öğrencilerine aktarmak istedikleri değerlerin incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Zonguldak.
- Geray, H. (2003). *İletişim ve teknoloji: uluslararası birikim düzeninde yeni medya politikaları*. İstanbul: Ütopya.
- Gottfried, B. (2007) Characterising straightness qualitatively. In: Fabrikant S, Wachowicz M (eds) The European information society—leading the way with geoinformation, AGILE, Aalborg, Denmark. LNG&C, pp 419–433, 8–11 May 2007

- Gökçe, A. (2021). 0-7 Yaş arası çocuklarda mobil ekran maruziyetinin değerlendirilmesi. *Ankara Eğitim ve Araştırma Hastanesi Tıp Dergisi*, 54(2), 188-193.
- Halstead, J. M. & Taylor, M. J. (2000). Learning and teaching about values: a review of recent research. *Cambridge Journal of Education*, 30, 169-202.
- Hazar, Z., & Hazar, M. (2017). Çocuklar için dijital oyun bağımlılığı ölçeği. *Journal of Human Sciences*, 14(1), 203-216. doi:10.14687/jhs.v14i1.4387
- Heffler, K. F., Frome, L. R., Garvin, B., Bungert, L. M., & Bennett, D. S. (2022). Screen time reduction and focus on social engagement in autism spectrum disorder. *A pilot study. Pediatrics International*, 64(1), e15343.
- Hendrix M. (1998). Media literacy. *The English Journal*. 87(4), 9.
- Hill, J. L. & Hunter J. (2023) Examining the mathematics education values of diverse groups of students. *International Journal of Mathematical Education in Science and Technology*, 54, (1-20).
- Hobbs, R. (1994). Pedagogical issues in US media education. *Annals of the International Communication Association*, 17(1), 453-466.
- Hobbs, R. (1998). Teaching with and about film and television: Integrating media literacy concepts into management education. *Journal of Management Development*, 17(4), 259-272.
- Hopurcuoğlu, A. & Akaydın, İ. (2016). Ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeyleri. *International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic* Volume 11/3 Winter 2016, p. 1273-1286.
- Hoşgörür, V. (2010). Eğitimin toplumsal temelleri. Ö. Demirel ve Z. Kaya, (Ed.). *Eğitim bilimine giriş* (s.131-155). Ankara: Pegem.
- Işkın, P. & Kesten, A. (2016). Medya okuryazarlığı dersinin işlenmesinde karşılaşılan sorunların öğretmen görüşlerine göre değerlendirilmesi. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 17(2), 387-410.
- İlhan, E. (2014). Medya okuryazarlığı dersi ve televizyon algısına etkisi (Ankara örneği). *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (21), 42-58.

- İnal, K. (2012, Ekim). *Çocuklar için medya okuryazarlığı ihtiyacı*. Uluslararası Katılımlı Çocuk İhtiyaçları Sempozyumu'nda sunulmuş bildiri, Ankara.
- Kabali H.K., Irigoyen M.M., Nunez-Davis R., Budacki J.G., Mohanty S.H., Leister K.P., & Bonner, R. L. (2015). Exposure and Use of Mobile Media Devices by Young Children. *Pediatrics*. 136(6):1044-50.
- Kafadar, T. (2021). The role of media literacy in value acquisition based on pre-service social studies teachers' views. *International Online Journal of Education and Teaching (IOJET)*, 8(3). 1692-1705.
- Karasar, N. (2005). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Ankara: Nobel.
- Karateke B. (2020). Bir teknoloji bağımlısı yetiştirmek: yeni doğandan ergenliğe ebeveynliğe yardımcı bir duygu düzenleme aracı olarak sanal ortamlar. *Bağımlılık Dergisi*. 21(4), 338-347.
- Kellner, D. (2002). Yeni teknolojiler/ yeni okuryazarlıklar: yeni bin yılda eğitimin yeniden yapılandırılması. Çev. Taşkent, A. *Kuram ve uygulamada eğitim bilimleri*, 2(1), 105-132.
- Kellner, D. & Share, J. (2005). Toward Critical Media Literacy: Core concepts, debates, organizations and policy. *In Discourse: Studies in the cultural politics of education*. 26(3), (p. 369-386). The University of Queensland, Australia: Routledge.
- Kellner, D. & Share, J. (2007). Critical media literacy, democracy, and the reconstruction of education. In D. Macedo & S.R. Steinberg (Eds.), *Media literacy: A reader* (p. 3-23). New York: Peter Lang.
- Keskin, Y. (2016). Değer sınıflaması üzerine aksiyonel bir deneme. *Turkish Studies*, 11(3), 1308-2140.
- Keskin, U. & Sağlam, H. İ. (2014). Sınıf öğretmeni adaylarının insani değerlere sahip olma düzeylerinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Sakarya University Journal of Education*, 4(1), 81-101.
- Kırık, A. M. & Altun, E. (2019). Yeni medya ve Z kuşağı bağlamında YouTube Kids uygulamasının içeriksel analizi. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(6), 111-119.

- Kluckhohn, C. (1951). Values and value-orientations in the theory of action: an exploration in definition and classification. In: Parsons, T.& Shils, E. (Eds.) *toward a general theory of action* (pp. 388-433). Cambridge: Harvard University. DOI: 10.4159/harvard.9780674863507.c8
- Kocadaş, B. (2006). Kültür ve medya. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 1 (1), 1-7.
- Koca Ballı, A. İ., (2010). Kariyer seçiminde kariyer değerleri ile demografik faktör ilişkisi: Çukurova Üniversitesi'nde bir araştırma. *Çukurova Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*. 14 (1), 56-70.
- Koçak, B. (2011). *İlköğretim yedinci ve sekizinci sınıf öğrencilerinin medya okuryazarlığı dersine ilişkin algıları*. Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Erzurum.
- Konukman, E. A. (2002). *Son dönem televizyon dizilerinin yaşam tarzı üzerindeki imgeleri*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Kostin, G. A., Chernykh, A. B., Andronov, I. S. & Pryakhin, N. G. (2021). Perception and interpretation of general humanistic values through communication technologies in the digital transformation of society. In *2021 communication strategies in digital society seminar (ComSDS)* (p. 162-165). IEEE.
- Köse, A. (2016). Değer ve siyaset ilişkisi: 22 Temmuz 2007 seçimi üzerine bir değer analizi. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 2-19.
- Kurtdaş, E. M. (2017). Değerlerin kaynağı ve anlamlandırılması. *Türkish Studies, International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 12(21), 349-366.
- Kushima, M., Kojima, R., Shinohara, R., Horiuchi, S., Otawa, S., Ooka, T., & Katoh, T. (2022). Association between screen time exposure in children at 1 year of age and autism spectrum disorder at 3 years of age: the Japan Environment and Children's Study. *JAMA Pediatrics*, 176(4), 384-391.
- Kuşdil, E. M. & Kağıtçıbaşı, Ç. (2000). Türk öğretmenlerin değer yönelimleri ve Schwartz Değer Kuramı. *Türk Psikoloji Dergisi*, 45, 59-76.
- Lankshear, C., & Knobel, M. (Eds.). (2008). *Digital literacies: Concepts, policies and practices* (Vol. 30). Peter Lang.

- Lankshear, C., & Knobel, M. (Eds.). (2008). *Digital literacies: Concepts, policies and practices*. New York: Peter Lang.
- Leu, D.J., Kinzer, C.K., Coiro, J.L., & Cammack, D.W. (2004). Toward a theory of new literacies emerging from the Internet and other information and communication technologies. In R.B. Ruddell & N.J. Unrau (Ed.), *Theoretical models and processes of reading*, (1570–1613). Newark, DE: International Reading Association.
- Levin, D., Arefeh, S., Deniz, C. B., & Gottesman, J. (2004). Navigating the children's media landscape. *A Parent's and Caregiver's Guide By American Institutes for Research*, Washington, DC: The Cable Industry's Education Foundation.
- Lilleker, D. G. (2013). Empowering the citizens?: Political communication, co-production and the harnessed crowd. In *The media, political participation and empowerment* (pp. 24-38). New York: Routledge.
- Lin, Y. H., Lin, S. H., & Gau, S. S. F. (2022). Screen timing may be more likely than screen time to be associated with the risk of autism spectrum disorder. *JAMA pediatrics*, 176(8), 824-825.
- Manovich, L. (2001). *The language of new media*. Cambridge: Massachusetts Institute of Technology.
- Marsh, J. (2019). Researching the digital literacy and multimodal practices of young children. In O. Erstad, R. Flewitt, B. Kümmerling-Meibauer, & ÍSP Pereira (Eds.), *The Routledge handbook of digital literacies in early childhood* (p. 19–30). Abingdon: Routledge.
- Maslova, O. V., Shlyakhta, D. A. & Yanitskiy, M. S. (2020). Schwartz value clusters in modern university students. *Behavioral Sciences*, 10(3), 66. <http://dx.doi.org/10.3390/bs10030066>
- McLean, S. A., Wertheim, E. H., Marques, M. D., & Paxton, S. J. (2016). Dismantling prevention: Comparison of outcomes following media literacy and appearance comparison modules in a randomised controlled trial. *Journal of Health Psychology*, 16, 396-403.
- MEGEP. (2007). *Kitle iletişim araçları*. Ankara: Milli Eğitim Bakanlığı.

- Mete, G. (2020). Okuryazarlık türleri ve 2023 eğitim vizyonu belgesi. *Kesit Akademi Dergisi*, (22), 109-120. DOI: 10.29228/kesit.40368
- Milli Eğitim Bakanlığı (2023). <https://www.meb.gov.tr/bakan-tekim-pisa-2022-turkiye-sonuclarinidegerlendirdi/haber/31909/tr#:~:text=T%C3%BCrkiye'nin%20ilk%20olarak%202003,28.%20s%C4%B1rada%20yer%20al%C4%B1nd%C4%B1%C4%9F%C4%B1n%C4%B1%20vurgulad%C4%B1>. Sayfasından erişilmiştir.
- Mora, N. (2008b). Medya ve kimlik. *Medya ve Kültürel Kimlik. Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 5(1), 1-14.
- Nalçaoğlu, H. (2005). Medya ve toplum ilişkisini anlamak üzere bir çerçeve. *Medya ve toplum*. (S. Alankuş, Derleyici) İstanbul: Ips İletişim.
- Nikken, P. (2022). The touch-screen generation: Trends in Dutch parents' perceptions of young children's media use from 2012–2018. *Communications, European Journal of Communication Research*. <https://doi.org/10.1515/commun-2020-0028>
- Nuran, M. B. (2015). *Geleneksel medya ve yeni medya etkileşiminin gezi parkı gösterileri bağlamında incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.
- OECD (2019). *PISA 2018 results volume I: What students know and can do*. Paris: OECD.
- Ohler, J. (2009). New-media literacies. *Academe*, 95(3), 30-33.
- Okuryazarlık (t.y.) UNESCO içinde. <https://uis.unesco.org/node/3079547> sayfasından erişilmiştir.
- Öker, Z. (2005). Baudrillard'ın bakış açısından medya. (Hazırlayanlar: Nurdoğan Rigel, Gül Batuş, Güleda Yücedoğan, Barış Çoban). *Kadife karanlık: 21. yüzyıl iletişim çağını aydınlatan kuramcılar: McLuhan, Foucault, Chomsky, Baudrillard, Postman, Lacan, Zizek*. İstanbul: Su.
- Özay, C. (2014). *Ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlığına ilişkin görüşleri*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü. İstanbul.
- Özel, A. (2018). *Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının medya okuryazarlığı algılarının incelenmesi*. Doktora Tezi, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Kütahya.

- Özen, Y. & Gül, A. (2007). Sosyal ve eğitim bilimleri araştırmalarında evren- örneklem sorunu. *Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 0 (15), 394-422.
- Özensel, E. (2003). Sosyolojik bir olgu olarak değer. *Değerler Eğitim Dergisi*, 1(3), 217-239.
- Özdamar, K. (2011). *Paket programlar ile istatistiksel veri analizi*. Eskişehir: Kaan Kitabevi.
- Özdemir Beceren, B. & Bilgen, Z. (2019). Okul öncesi öğretmen adaylarının değer algılarının çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Eğitimde Kuram Ve Uygulama*, 15(4), 363-379. <https://doi.org/10.17244/eku.558989>
- Özkul, R. F. (2021). *Dijital oyun oynayanların kişilik ve değerleri: z kuşağı üzerine bir araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Özsevinç, N. (2021). *Yeni medya okuryazarlığı bağlamında teknoloji bağımlılığının incelenmesi: İlköğretim öğrencileri ve ebeveynlerinin davranışsal bağımlılık analizi*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Aydın Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Pekman, C.(2016). Avrupa Birliği'nde medya okuryazarlığı, Şimşek M.C & Türkoğlu N.(Eds.) *Medya okuryazarlığı*, İstanbul, Turkey: Pales.
- Phelton, N. (2010). *Satellites as worldwide change agent*. International Communication A Reader. London: Routledge.
- PISA Ulusal Raporu, (2015). https://odsgm.meb.gov.tr/test/analizler/docs/PISA/PISA2015_Ulusal_Rapor.pdf. 22.09.2022 tarihinde erişilmiştir.
- Pireddu, M. (2022). Educating in platform societies: from Digital Citizenship to public values in a connected world. *Journal of E-Learning and Knowledge Society*, 18(3), 58-65. <https://doi.org/10.20368/1971-8829/1135822>
- Plowman, L., Stephen, C., Stevenson, O., & McPake, J. (2012). Preschool children's learning with technology at home. *Computers & Education*, 59(1), 30-37. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2011.11.014>
- Potter, W. J. (2004). *Theory of media literacy: a cognitive approach*, Sage.

- Christ, W.G., & De Abreu, B.S. (Eds.). (2020). *Media literacy in a disruptive media environment (1st ed.)*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780367814762>
- Poyraz, H. (2012). Bir değer olarak inanç. *Değerler ve Eğitimi-II Sempozyum bildirileri*, 162-161.
- Restrepo, A., Scheininger, T., Clucas, J., Alexander, L., Salum, G.A., Georgiades, K., Paksarian, D., Merikangas, K.R. & Milham, M.P.(2020). Problematic internet use in children andadolescents: associations with psychiatric disorders and impairment. *BMC Psychiatry*. 20(1), 252.
- Rintaningrum, R. (2019b). Explaining the important contribution of reading literacy to the country's generations: indonesian's perspectives. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 5(3), 936-953.
- Rokeach, M. (1973). *The nature of human values*. The Free Press.
- RTÜK. (2007). *İlköğretim medya okuryazarlığı dersi öğretmen el kitabı*. Ankara: Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretmen El Kitabı.
- RTÜK (2016). *Türkiye'de medya okuryazarlığı*.
https://www.medyaokuryazarligi.gov.tr/menu_goster.php?Guid=E56CE034-6CEB-41AE-A12C-B618EBEA461B&MenuId=2 sayfasından erişilmiştir.
- Saka, E. & Dağsalgüler, A. (2007). Yeni iletişim teknolojileriyle habermas'ın kamusal alanı'nı yeniden düşünmek. Ö. Yılmazkol (Ed.). *Medya okumaları içinde* (s.161-173). Ankara: Nobel.
- Sarı, S., & Onur Sezer, G., (2017). Öğretmen adaylarının toplumsal değer algıları ile değerler eğitime yönelik tutumları arasındaki ilişki. *The Journal of Academic Social Science (ASOSJOURNAL)* , 51(5), 569-581.
- Sarsar, F., & Engin, G. (2015). Sınıf öğretmeni adaylarının medya okur-yazarlık düzeylerinin incelenmesi. *Ege Eğitim Dergisi*, 16(1), 165-176.
<https://doi.org/10.12984/eed.36378>
- Savaş, S., Güler, O., Kemal, K., Çoban, G., & Güzel, M. S. (2021). Eğitimde dijital oyunlar ve oyun ile öğrenme. *International Journal of Active Learning*, 6(2), 117-140.
- Schwartz, S. H., Melech, G., Lehmann, A., Burgess, S., Harris, M., & Owens, V. (2001). Extending the cross-cultural validity of the theory of basic human values with a

- different method of measurement. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 32(5), 519-542. <https://doi.org/10.1177/0022022101032005001>
- Schwartz, S. H. (2012). An overview of the Schwartz theory of basic values. *Online readings in Psychology and Culture*, 2(1).
- Schwartz, S. H. (2015). Basic individual values: Sources and consequences. In. D. Sander & T. Brosch (Eds.), *Handbook of value*. Oxford: Oxford University.
- Shara, A. M., Andriani, D., Ningsih, A. W. & Kisno (2020). Correlating reading literacy and writing literacy in junior high school Pematangsiantar. *Journal of English Education*, 5(2), 72-85. DOI: <http://dx.doi.org/10.31327/jee.v5i2.1249>
- Som, S. & Kurt, A. A. (2012). Bilgisayar ve öğretim teknolojileri eğitimi bölümü öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeyleri. *Anadolu Journal of Educational Sciences International*, 2(1), 104-119.
- Sökmen, Y., & Nalçacı, A. (2020). *Perspectives of teacher candidates regarding the impact of the media on values. International Online Journal of Education and Teaching (IOJET)*, 7(4). 1868-1879.
- Sur, E. (2022). Okuryazarlık kavramı ve Türkiye’deki okuryazarlık araştırmaları üzerine bir inceleme. *Ahmet Keleşoğlu Eğitim Fakültesi (AKEF) Dergisi*, 4 (2), 445- 467. DOI: 10.38151/akef.2022.27
- Şahin, M.(2012). *Medya okuryazarlığı dersi alan ve almayan ilköğretim okulu öğrencilerinin medya tüketim alışkanlıkları farklılaşması*. Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.
- Şimşek İşliyen & İşliyen, M. (2015). Çocukların medya algısının resimler üzerinden analizi. *Global Media Journal TR Edition*, 5 (10), 271-287.
- Şişman, M. (2000). *Öğretmenlik mesleğine giriş*. Ankara: PegemA.
- Syvertsen, T. & Gunn Enli. 2020. *Digital Detox: Media Resistance and the Promise of Authenticity*. Convergence 26 (5-6), 1269–83. <https://DOI.org/10.1177/1354856519847325>.
- Tarhan, N. (2010). *Var mı beni anlamak isteyen*. İstanbul: Timaş.
- Taşkıran, N. Ö. (2007). *Medya okuryazarlığına giriş*. İstanbul: Beta.

- Türk Dil Kurumu. (2011). *Türkçe sözlük*. Ankara: TDK.
- Türk Dil Kurumu. (2022). *Türkçe sözlük*. Ankara: TDK
- Türk Dil Kurumu. (2021). *Türkçe sözlük*. Ankara: TDK
- Timisi, N. (2003). *Yeni iletişim teknolojileri ve demokrasi*. Ankara: Dost.
- Topan A, Kuzlu Ayyildiz T, Ozsavran M, Mutlu B. (2020). İlkokul öğrencilerinin bilgisayar, internet kullanımı ve bilgisayar oyunları hakkındaki düşünceleri. *Çocuk Dergisi* 20(1):20-26. <https://doi.org/10.26650/jchild.2020.1.0004>
- Törenli, N. (2005). *Yeni medya, yeni iletişim ortamı*. Ankara: Bilim ve Sanat.
- Tuncer, M. & Özüt, A. (2017). İlköğretim düzeyindeki seçmeli derslerin seçim kriterlerinin öğretmen ve okul yöneticisi görüşlerine göre değerlendirilmesi. *Eğitim Yansımaları*, 1(1), 51-65.
- Tutar, H. & Yılmaz, M. K. (2005). *Genel iletişim: kavramlar ve modeller*. Ankara: Seçkin.
- Tümkan, F. (2007). Televizyondaki şiddetin çocuklar üzerindeki etkisi. *KKTC Milli Eğitim ve Kültür Bakanlığı Milli Eğitim Dergisi*, 1, 65-88.
- Türkiye İstatistik Kurumu [TÜİK] (2023). *Hanehalkı bilişim teknolojileri (bt) kullanım araştırması*. [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri\(BT\)KullanimArastirmasi202349407#:~:text=Hanehalk%C4%B1%20bili%C5%9Fim%20teknolojileri%20kullan%C4%B1m%20ara%C5%9Ft%C4%B1rmas%C4%B1,artarak%20%95%2C5%20oldu.&text=%C4%B0internet%20kullan%C4%B1m%20oran%C4%B1%2C%2016%2D74,y%C4%B1l%C4%B1nda%20%87%2C1%20oldu. sayfasından erişilmiştir](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri(BT)KullanimArastirmasi202349407#:~:text=Hanehalk%C4%B1%20bili%C5%9Fim%20teknolojileri%20kullan%C4%B1m%20ara%C5%9Ft%C4%B1rmas%C4%B1,artarak%20%95%2C5%20oldu.&text=%C4%B0internet%20kullan%C4%B1m%20oran%C4%B1%2C%2016%2D74,y%C4%B1l%C4%B1nda%20%87%2C1%20oldu. sayfasından erişilmiştir).
- Türkiye İstatistik Kurumu [TÜİK] (2023). *Ulusal eğitim istatistikleri*. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=National-Education-Statistics-2022-49756 sayfasından erişilmiştir>.
- Ulusoy, K. & Dilmaç, B. (2012). *Değerler eğitimi*. Ankara: Pegem Akademi
- Uslu, S., Yazıcı, K. & Çetin, M. (2016). Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeyleri. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(23), 756-778.

- Uzun, E. B. (2014). *Sınıf öğretmenlerinin sahip olduğu değerler ile akademik iyimserlik düzeyleri arasındaki ilişki*. Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Ünal, N. & Durualp, E. (2012). Televizyonun okul öncesi çocuklar üzerindeki etkisi. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(2), 93-104.
- Veugelaers, W. & Vedder, P. (2003). Values in teaching. *Teachers and Teaching: Theory and Practice*, 9, 377-389.
- Vural, A. M. (2012). Medyanın kültürel kalkınmayı sağlama ve eğitim işlevi. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi*, (10), 105-113.
- Weinstein, A. & Lejoyeux, M. (2010). Internet addiction or excessive internet use. *The American Journal of Drug and Alcohol Abuse*, 36 (5), 277-283
- Williams, R. (2006). *Anahtar Sözcükler (2 B.)*. (S. Kılıç, Çev.) İstanbul: İletişim.
- Yalmanlı, S. (2009). *Öğretmen adaylarının değer yönelimlerinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Zonguldak.
- Yalız-Solmaz, D. (2015). Öğretmen adaylarının insani değer düzeyleri: Anadolu Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği bölümünde bir araştırma. *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(41), 1069-1076.
- Yardımcı, Y. (2021). *Z Kuşağının sosyal medya kullanım alışkanlıklarıyla değerlerin incelenmesinde medya okuryazarlığının önemi: Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Yazıcı, K. (2006). Değerler eğitime genel bir bakış. *Türklük Bilimi Araştırmaları*, 19, 499-522.
- Yel, S. & Sel, B. (2021). Biyografilerin eğitsel işlevinin dördüncü sınıf sosyal bilgiler dersinde değer öğretimi açısından değerlendirilmesi. *Demokrasi Platformu Dergisi*, 10 (35), 135-157.
- Yıldırım, Y. (2019). *Okul dışı etkinlik temelli değerler eğitimi programının öğrencilerin etkin vatandaşlık değerlerine etkisi*. Doktora Tezi, Sakarya Üniversitesi, Sakarya.

- Yıldırım Ankaralıgil, S. (2009). *İlköğretim 6. ve 7. sınıf öğrencilerinde medya okuryazarlığı ve eleştirel düşünme üzerine bir araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yılmaz, E. & Aladağ, S. (2015). Sınıf öğretmeni adaylarının gazete ve dergi takip etme alışkanlıkları ile medya okuryazarlık düzeyleri arasındaki ilişki. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(4), 1-16.
- Yüksel, U. (2012). *Geleneksel medya ve yeni medya*. Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Tasarım Bölümü, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Zevalsiz S. (2014). Üniversite öğrencilerinin değer algısı: Karabük Üniversitesi örneği. *Turkish Studies -International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 9(2), 1739-1762.
- Zubair, T. & Raquib, A. (2020). Islamic perspective on social media technology, addiction, and human values. *Journal of Islamic Thought and Civilization*, 10(2), 244-267.

EKLER



EK 1. Portre Değerler Anketi

Aşağıda bazı kişiler kısaca tanımlanmaktadır. Lütfen her tanımı okuyun ve bu kişilerin size ne derece benzediğini ya da benzemediğini düşünün. Tanımda verilen kişinin size ne kadar benzediğini göstermek için sağdaki kutucuklardan uygun olan birini **[X]** ile işaretleyin.

	BU KİŞİ SİZE NE KADAR BENZİYOR?					
	Bana çok benziyor	Bana benziyor	Bana az benziyor	Bana çok az benziyor	Bana benzemiyor	Bana hiç benzemiyor
1. Yeni fikirler bulmak ve yaratıcı olmak onun için önemlidir. İşleri kendine özgü yollarla yapmaktan hoşlanır.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
2. Onun için zengin olmak önemlidir. Çok parası ve pahalı şeyleri olsun ister.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
3. Dünyada herkesin eşit muamele görmesinin önemli olduğunu düşünür. Hayatta herkesin eşit fırsatlara sahip olması gerektiğine inanır.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
4. Onun için yeteneklerini göstermek çok önemlidir. İnsanların onun yaptıklarına hayran olmasını ister.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
5. Onun için güvenli bir çevrede yaşamak önemlidir. Güvenliğini tehlikeye sokabilecek her şeyden kaçınır.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
6. Hayatta pek çok farklı şey yapmanın önemli olduğunu düşünür. Her zaman deneyecek yeni şeyler arar.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
7. İnsanların kendilerine söylenenleri yapmaları gerektiğine inanır. İnsanların her zaman, hatta başkaları izlemiyorken bile, kurallara uymaları gerektiğini düşünür.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
8. Kendisinden farklı olan insanları dinlemek onun için önemlidir. Onlarla aynı fikirde olmadığında bile onları anlamak ister.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
9. Sahip olduğundan daha fazlasını istememenin önemli olduğunu düşünür. İnsanların sahip olduklarıyla tatmin olmaları gerektiğine inanır.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
10. Eğlenmek için her fırsatı kollar. Zevk veren şeyleri yapmak onun için önemlidir.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
11. Yaptığı işler hakkında kendi başına karar vermek onun için önemlidir. Faaliyetlerini seçip planlarken özgür olmaktan hoşlanır.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
12. Çevresindeki insanlara yardım etmek onun için çok önemlidir. Onların refaha kavuşmasını ister.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
13. Çok başarılı olmak onun için önemlidir. İnsanlar üzerinde iyi izlenim bırakmaktan hoşlanır.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
14. Ülkesinin güvende olması onun için çok önemlidir. Devletin içeriden ve dışarıdan	☐	☐	☐	☐	☐	☐

gelebilecek tehditlere karşı uyanık olması gerektiğini düşünür.						
15. Risk almaktan hoşlanır. Her zaman macera peşinde koşar.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
16. Her zaman uygun şekilde davranmak onun için önemlidir. İnsanların yanlış diyeceği şeyleri yapmaktan kaçınmak ister.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
17. İşin başında olmak ve başkalarına ne yapacaklarını söylemek onun için önemlidir. İnsanların onun söylediklerini yapmalarını ister.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
18. Arkadaşlarına sadık olmak onun için önemlidir. Kendisini ona yakın olan insanlara adamak ister.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
19. İnsanların doğayı korumaları gerektiğine gönülden inanır. Çevreyi korumak onun için önemlidir.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
20. Dini inanç onun için önemlidir. Dininin gereklerini yerine getirmek için çok çaba harcar.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
21. Eşyaların düzenli ve temiz olması onun için önemlidir. Her şeyin pislik içinde olmasından hiç hoşlanmaz.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
22. Her şeyle ilgili olmanın önemli olduğunu düşünür. Meraklı olmaktan ve her türlü şeyi anlamaya çalışmaktan hoşlanır.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
23. Dünyadaki bütün insanların uyum içinde yaşaması gerektiğine inanır. Dünyadaki bütün gruplar arasında barışın güçlenmesi onun için önemlidir.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
24. Hırslı olmanın önemli olduğunu düşünür. Ne kadar kabiliyetli olduğunu göstermek ister.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
25. İşleri geleneksel yollarla yapmanın en iyisi olduğunu düşünür. Öğrendiği gelenek ve göreneklerin devam ettirmek onun için önemlidir.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
26. Hayattan zevk almak onun için önemlidir. Kendisini "şımartmaktan" hoşlanır.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
27. Başkalarının ihtiyaçlarına cevap vermek onun için önemlidir. Tanıdıklarına destek olmaya çalışır.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
28. Ana-babasına ve yaşlı insanlara her zaman saygı göstermesi gerektiğine inanır. Onun için itaatkar olmak önemlidir.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
29. Herkese, hatta hiç tanımadığı insanlara bile adil muamele yapılmasını ister. Toplumdaki zayıfları korumak onun için önemlidir.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
30. Sürprizlerden hoşlanır. Heyecan verici bir yaşamının olması onun için önemlidir.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
31. Hastalanmaktan kaçınmak için çok çaba gösterir. Sağlıklı kalmak onun için çok önemlidir.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
32. Hayatta öne geçmek onun için önemlidir. Başkalarından daha iyi olmaya çalışır.	☐	☐	☐	☐	☐	☐

33. Kendisini inciten insanları bağışlamak onun için önemlidir. İçlerindeki iyi yanları görmeye ve kin gütmemeye çalışır.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
34. Bağımsız olmak onun için önemlidir. Kendi ayakları üzerinde durmak ister.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
35. İstikrarlı bir hükümetin olması onun için önemlidir. Sosyal düzenin korunması konusunda endişelenir.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
36. Başkalarına karşı her zaman kibar olmak onun için önemlidir. Başkalarını hiçbir zaman rahatsız veya huzursuz etmemeye çalışır.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
37. Hayattan zevk almayı çok ister. İyi zaman geçirmek onun için önemlidir.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
38. Alçakgönüllü ve kibirsiz olmak onun için önemlidir. Dikkatleri üzerine çekmemeye çalışır.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
39. Her zaman kararları veren kişi olmak ister. Lider olmaktan hoşlanır.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
40. Doğaya uyum sağlamak ve onun uyumlu bir parçası olmak onun için önemlidir. İnsanların doğayı değiştirmemesi gerektiğine inanır.	☐	☐	☐	☐	☐	☐

EK 2. Medya Okuryazarlığı Becerileri Ölçeği

Değerli öğretmen adayı,

Bu çalışmada, öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeylerini belirlemek amaçlanmaktadır. Vereceğiniz cevaplar gizli kalacağından lütfen adınız ve soyadınız da dâhil hiçbir kişisel bilgiye yer vermeyiniz. Sizlerden istenilen ölçekteki her bir maddeyi dikkatlice okuyarak, her bir maddede **kendi durumunuzu en iyi yansıtan seçeneği (x) işareti koyarak** belirtmenizdir. Ölçeğin geçerliği ve güvenilirliği vereceğiniz samimi cevaplara bağlıdır. Lütfen **yanıtsız soru bırakmayınız.**

Ayırdığınız zaman ve katkılarınız için şimdiden teşekkür ederim.

Önemli Not: Bu ölçekte **medya** ve **medya araçları** kavramları **basılı** ve **elektronik bütün** ortamları kapsamaktadır. Kitap, gazete, radyo, televizyon, internet, bilgisayar, akıllı telefonlar bu kapsama dâhildir. **Medya mesajı** ve **medya içeriği** kavramları sadece **yazıyı** değil aynı zamanda **ses, resim, video, poster** gibi bütün medya içeriklerini kapsar.

Kişisel Bilgiler

1. Cinsiyet: E ☐ K ☐

2. Genel not ortalamanız:

3. Bölüm: Birinci Öğretim ☐ İkinci Öğretim ☐

4. Sınıf: 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐

No	MADDELER	Bana hiç uygun değil	Bana pek uygun değil	Fikrim yok	Bana oldukça uygun	Bana tamamen uygun
1	İhtiyaç duyduğum bilgi, ses, görüntü ya da diğer verilere ulaşmak için farklı medya araçlarını etkili bir biçimde kullanabilirim.					
2	Medya araçlarında yer alan, kullanılması ya da kayıt edilmesi özel izin gerektirmeyen farklı tür ve nitelikteki içerikleri kişisel bilgisayar/mobil telefon vb. ortamlara indirebilir, kayıt altına alabilirim.					
3	Farklı medya araçlarında yer alan bilgi kaynaklarından da yararlanabilmek için yeni medya araçlarının kullanımına ilişkin bilgi ve becerileri öğrenmeye çaba harcarım.					
4	Medya kaynaklarında yer alan ve hakkında bilgi almak istediğim konuyla ilgili arama sonuçları içerisinde, ihtiyaç duyduğum bilgi türünü (haber, veri, görüntü, istatistik, makale, görüş vb.) içeren doğru kaynağı seçebilirim.					
5	İhtiyaç duyduğum bilgi ya da verilere ulaşabilmek için farklı arama motorlarını ve veri tabanlarını işlevsel olarak kullanabilirim.					
6	Medya araçları yoluyla, belli bir konuyla ilgili, özel bir bilgi türüne (haber, istatistik, görüntü, ses, yorum, vb.) ulaşmak istediğimde, bu bilgi türüne ulaşabileceğim doğru medya araçları (internet, gazete, sosyal medya, televizyon, vb.) ve alternatif bilgi kanalları (farklı web siteleri; blog, forum, sosyal medya araçları, tv kanalları) hakkında doğru kararlar verebilirim.					
7	Medya araçlarında yer alan bir bilgiye ulaşma konusunda, gerekli durumlarda içeriği sınırlandırma (filtreleme) araçlarını kolaylıkla kullanabilirim.					

8	Kullandığım medya platformunun imkân vermesi durumunda, dijital ortamlardaki ara yüzleri (görünüşü) değiştirebilir ya da kişiselleştirebilirim.					
9	Medya araçlarında özel anlamlarda kullanılan terim, karakter, sembol, işaret, vb. öğelerin kullanım amaçlarını ve anlamlarını bilirim.					
10	Medya kanallarıyla iletilen mesajların, insanların ikna olma, karar alma ve davranış biçimleri üzerinde etkili olduğunun bilincindeyim.					
11	Medya araçlarını kullanırken birden fazla işlemi (izleme, indirme, yükleme, paylaşma, vb.) eş zamanlı olarak yürütebilirim.					
12	Medya içerikleri hakkında karar verirken, kaynağının güvenilirliğine ve bilginin kimler tarafından oluşturulduğuna dikkat ederim.					
13	İncelediğim medya içeriklerinin ne tür bir amaçla oluşturulmuş ve paylaşılmış olabileceğini sorgularım.					
14	Medya mesajlarını, tasarım özellikleri, verilen mesaj, iletildiği kanal vb. yönlerden analiz ederek, etkilemeyi amaçladığı kitleyi belirleyebilirim.					
15	Farklı medya araçlarında, aynı konu hakkında sunulan içerikleri inceleyerek, konunun ele alınış biçimi ve görüş farklılıkları yönünden karşılaştırabilirim.					
16	Medya araçlarıyla verilen mesajlarda, okuyucu tarafından doğrudan algılanan açık anlam ve amacın dışında, doğrudan verilmeyen, örtük bir anlam ve amacın da bulunup bulunmadığını sorgularım.					
17	Medya araçlarında yer alan bilgileri ve verilen mesajları, kullanılan mesaj düzenleme araçlarının (sembol, yazı, görsel, ses, karakter, renk, vb.) mesaja uygunluğu ve mesajın etkililiği gibi yönlerden değerlendirerek, doğru kararlar verebilirim.					
18	Medya araçlarında yer alan bilgileri ve verilen mesajları, sunuluş örüntüsü, kullanılan öğelerin özellikleri ve öğeler arasındaki ilişki yönünden çözümleyebilirim.					
19	Karşılaştığım medya mesajlarıyla anlatılmak ya da vurgulanmak istenen asıl konuyu kolaylıkla fark ederim.					
20	Farklı türdeki medya mesajlarında, konu hakkında verilen bilgilere ek olarak, bilginin sunulma biçimi ve mesaj içeriğine hâkim olan duygu durumunu çözümleyebilirim.					
21	Medya mesajlarında kullanılan, propaganda, manipülasyon, ajitasyon, maksatlı yönlendirme, vb. amaçlı içerikleri kolaylıkla belirleyebilirim.					
22	Medyada, belli bir içeriğe ulaşmak amacıyla araştırma yaparken, karşıma çıkan çok sayıda sonuç içerisinden amacıma uygun, doğru ve güncel bilgi kaynaklarına karar verebilirim.					
23	Belli bir konudaki medya içeriğinin niteliğine karar verirken, akılcı tepkilerimi duygusal tepkilerimden ayırt edebilirim.					
24	Bir medya kanalında yer alan mesajları inceleyerek, söz konusu medya kanalının yoğun olarak hangi içerik türünde (dram,					

	komedi, bilim kurgu, gerçek haber, mizah, vb.) yayın yaptığını belirleyebilirim.					
25	Medya kanallarında yer alan içeriklerin ve paylaşılan mesajların, planlı bir çalışma sonucunda ve belirli amaçları gerçekleştirmek üzere oluşturulduğunun bilincindeyimdir.					
26	Medya araçları yoluyla gönderilen mesajların ve sunulan içeriklerin gerçekliğini, doğruluğunu ya da kurgu olup olmadığını farklı doğrulama araçlarıyla belirleyebilirim.					

27	İnterneti ve özellikle de sosyal ağları kullanırken kişisel veri güvenliğini sağlama konusunda alınması gereken önemleri bilir ve uygularım.					
28	Maksatlı, kötü amaçlı ve zararlı medya içeriklerini belirleyebilir ve bu tür içeriklerden korunma yol ve yöntemlerini uygulayabilirim.					
29	Bilgi kaynağına güveniyor olsam bile medya kaynaklı mesajları mutlaka bir sorgulama sürecinden geçirir, eleştirel bir gözle değerlendirdikten sonra niteliği hakkında karar veririm.					
30	İnterneti ve özellikle de sosyal ağları kullanırken, ağ ortamında gerçek kimliğimi hangi ölçüde yansıttığıma ve hangi kişisel bilgilerimi paylaştığıma mutlaka dikkat ederim.					
31	Bir medya içeriğini ya da medya kanalıyla ulaşan bir mesajı, etik ilkeler yönünden değerlendirebilir ve niteliği hakkında karar verebilirim.					
32	Reklam içerikli bir mesajda yer alan bilgileri doğruluk ve yansızlık yönünden değerlendirebilirim.					
33	Medya araçlarını kullanarak, belli bir bilgiye ulaşmak amacıyla yaptığım sorgulama sonucunda, hangi kaynağa yöneleceğime karar verirken, arama motorlarının sonuçlara ilişkin verdiği sıralamaya göre değil, kaynağın güvenilirliğine dayalı olarak karar veririm.					
34	Gerekli hallerde, farklı kişi ya da kaynaklardan gelen medya mesajlarına doğru yol ve yöntemlerle (sesli, görüntülü, yazılı, vb.) cevap ya da karşılık verebilirim.					
35	Oluşturduğum farklı türdeki (görüntü, ses, yazı, vb.) medya içeriklerini, uygun medya araçlarını belirleyerek, amaçladığım kitleye iletebilirim.					
36	Medya araçlarını kullanarak içerik oluşturma sürecinde göz önüne alınması gereken etik ilke, kural ve davranışların neler olduğunu bilirim.					
37	Medya araçlarını kullanarak, fotoğraf, video çekebilir, ses kaydı yapabilir, bu içerikleri amaçlarım doğrultusunda ve vermek istediğim mesaja uygun olarak kurgulayabilirim.					
38	Medyayı, yalnızca bilgi edindiğim bir kaynak olarak değil, farklı konularda kendimi ifade ettiğim etkili bir araç olarak da kullanırım.					

39	Medyada karşılaştığım etik ihlal içeren, ahlaki ve doğru olmayan bilgi ve veri kaynaklarını ve bu tür davranışlarda bulunan kişileri şikâyet etme yol ve yöntemlerini bilirim.					
40	Farklı medya araçlarını kullanarak, amaç ve beklentime uygun, haber kaynaklarına, bloglara, forumlara, sosyal medya uygulamalarına üye olabilir ve etkili bir biçimde kullanabilirim.					
41	Bir başkasına ait, izin gerektiren, doğruluğu olmayan, maksatlı bilgi ve görüntüler içeren mesajları paylaşmam durumunda, olası sonuçlarının neler olabileceğini değerlendirebilirim.					
42	Oluşturduğum belli bir medya içeriğini belli bir hedef kitleye ulaştırabilmek için kullanabileceğim en doğru ve etkili medya/ortam ve araçlarını belirleyebilirim.					
43	Çeşitli problemlerin çözümü ya da belli bir konuda toplumsal duyarlılık oluşturmak amacıyla, medya araçlarını kullanarak tartışma forumu, blog, dijital kampanya, vb. etkinlikler düzenleyebilirim.					
44	E-devlet uygulamaları, belediye hizmetleri, vatandaşlık işlerimle ilgili konularda, demokratik haklarımı kullanırken ve vatandaşlık sorumluluklarımı yerine getirirken medya araçlarını etkili bir şekilde kullanabilirim.					
45	Yasal bir engel ya da teknik bir sorun olmadıkça, belli bir medya içeriğine kolaylıkla erişme, içeriği kayıt edebilme, ihtiyaç halinde geri getirebilme ve medya araçlarını kullanarak başkalarıyla paylaşabilme becerilerime güvenirim.					



Lütfiye Nur KARADELİ

Alıcı: [redacted]

Merhaba Hocam,

Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Sınıf Eğitimi Anabilim Dalı'nda yüksek lisans öğrenimi görmekteyim. Tez çalışmamda S. Schwartz'in geliştirdiği, sizin ve Nebi Sümer'in Türkiye'ye uyarladığınız Portre Değerler Anketi'ni kullanmak istiyorum. İzninizle bu ölçeği tez çalışmamda kullanabilir miyim?

İyi çalışmalar diliyorum.

Saygılarımla.

Lütfiye Nur KARADELİ



Kürşad Demirutku

Alıcı: ben

Merhaba Lütfiye,
İlgili dokümanlar ektedir.
İyi çalışmalar.

KD



1 Haz 2022 Çar 16:02



6 Haz 2022 Pzt 14:52



EK 3. Portre Değerler Anketi İzin

EK 4. Medya Okuryazarlığı Becerileri Ölçeği İzin



Lütfiye Nur KARADELİ

Alici:

Merhaba Hocam,

Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Sınıf Eğitimi Anabilim Dalı'nda yüksek lisans öğrenimi görmekteyim. Tez çalışmamda, doktora tezinizde geliştirmiş olduğunuz Medya Okuryazarlığı Becerileri Ölçeğini kullanmak istiyorum. İzninizle bu ölçeği tez çalışmamda kullanabilir miyim?

İyi çalışmalar diliyorum.

Saygılarımla.

Lütfiye Nur KARADELİ

1 Haz 2022 Çar 16:18



Cahit ERDEM

Alici: ben

Merhaba,

Ölçeği kullanmanızda bir sakınca bulunmamaktadır. İyi çalışmalar dilerim.

1 Haz 2022 Çar 16:18 tarihinde Lütfiye Nur KARADELİ şunu yazdı:

1 Haz 2022 Çar 16:20



EK 5. Etik İzin

Evrak Tarih ve Sayısı: 14.11.2022-E.509089



T.C.
GAZİ ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Etik Komisyonu

Sayı : E-77082166-302.08.01-509089

14.11.2022

Konu : Bilimsel ve Eğitim Amaçlı

Dağıtım Yerlerine

Üniversitemiz Eğitim Bilimleri Enstitüsü Temel Eğitim Ana Bilim Dalı **Yüksek Lisans Öğrencisi Lütfiye Nur KARADELİ'nin, Prof.Dr.Selma YEL'in**, danışmanlığında yürüttüğü **"Öğretmen Adaylarının Medya Okuryazarlık Becerileri ile Değer Algıları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi"** adlı tez çalışması ile ilgili konu Komisyonumuzun **08.11.2022** tarih ve **18** sayılı toplantısında görüşülmüş olup,

İlgilinin çalışmasının, yapılması planlanan yerlerden izin alınması koşuluyla yapılmasında etik açıdan bir sakınca bulunmadığına oybirliği ile karar verilmiş ve karara ilişkin imza listesi ekte gönderilmiştir.

Bilgilerinizi rica ederim.

Araştırma Kod No: 2022 - 1158

Prof. Dr. İsmail KARAKAYA
Komisyon Başkanı

Ek:1 Liste

DAĞITIM

Gereği:

Sayın Prof. Dr. Selma YEL

Bilgi:

Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürlüğüne



GAZİLİ OLMAK AYRICALIKTIR..