



**ONDOKUZ MAYIS ÜNİVERSİTESİ**

**EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

**TÜRKÇE VE SOSYAL BİLİMLER EĞİTİMİ ANABİLİM DALI**

**Coğrafya Eğitimi Bilim Dalı**

**COĞRAFYA BÖLÜMÜ LİSANSÜSTÜ ÖĞRENCİLERİNİN  
MEDYA OKURYAZARLIK DÜZEYLERİNİN İNCELENMESİ**

**Gürbüz GÜR**

**Danışman**

**Doç. Dr. Necati TOMAL**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Eylül, 2019**

## TELİF HAKKI

2547 Sayılı Yükseköğretim Kanunu Ek Madde 40 hükümleri çerçevesinde (Ek:22/2/2018-7100/10 md.) “*Lisansüstü tezler yetkili kurum ve kuruluşlar tarafından gizlilik kararı alınmadıkça, bilime katkı sağlamak amacıyla Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi tarafından elektronik ortamda erişime açılır.*”

Araştırmacılar tezlerin tamamı veya bir bölümünü yazarın izni olmadan ticari veya mali kazanç amaçlı kullanamaz, yayımlayamaz, dağıtamaz ve kopyalayamaz. Ulusal Tez Merkezi Web Sayfasını kullanan araştırmacılar, tezlerden bilimsel etik ve atıf kuralları çerçevesinde yararlanırlar.

### YAZARIN

Adı : Gürbüz

Soyadı : GÜR

Bölümü : Coğrafya Eğitimi Bilim Dalı

İmza :

Teslim Tarihi :

### TEZİN

Türkçe Adı : Coğrafya Bölümü Lisansüstü Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Düzeylerinin İncelenmesi

İngilizce Adı : Examination of Media Literacy Levels of Graduate Students in Geography Department

## 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: Gürbüz GÜR

İmza:

## KABUL VE ONAY

**Gürbüz GÜR** tarafından hazırlanan “**Coğrafya Bölümü Lisansüstü Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Düzeylerinin İncelenmesi**” adlı tez çalışması aşağıdaki jüri tarafından oy birliği ile Ondokuz Mayıs Üniversitesi **Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi** Anabilim Dalı, **Coğrafya Eğitimi Bilim Dalı**'nda Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

**Danışman:** Doç. Dr. Necati TOMAL

(Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi Anabilim Dalı, Ondokuz Mayıs Üniversitesi)

**Başkan:**

**Üye:**

**Üye:**

**Üye:**

Bu tezin **Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi** Anabilim Dalı, **Coğrafya Eğitimi Bilim Dalı**'nda Yüksek Lisans tezi olması için şartları yerine getirdiğini onaylıyorum.

Tarihi: \_\_/\_\_/\_\_

Prof. Dr. Ali ERASLAN

Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürü

(İmza ve Mühür)



*“Ailem, Değerli Hocalarım ve Arkadaşlarıma”*

## TEŐEKKÖRLER

Çalışmada desteklerini eksik etmeyen tez danışman hocam Doç. Dr. Necati TOMAL'a "Ondokuz Mayıs Üniversitesi" teőekkürü bir borç bilirim. Rehberlik katkılarından dolayı Prof. Dr. Yahya KADIOĞLU'na "Ondokuz Mayıs Üniversitesi" őükranlarımı sunmayı bir borç bilirim. Ayrıca tüm hayatım boyunca maddi ve manevi desteklerini hiç eksik etmeyen annem Fatma GÖR, babam Sefer GÖR, kardeőlerim Sultan GÖR ve Gamze GÖR'e sonsuz teőekkür ederim. Son olarak çalıőmam sırasında kendisine vakit ayıramadığım beni anlayıőla karőılayan sevgi ve sabrıyla beni motive eden değerli eőim Gülhanım GÖR'e çok teőekkür ederim.



# COĞRAFYA BÖLÜMÜ LİSANSÜSTÜ ÖĞRENCİLERİNİN MEDYA OKURYAZARLIK DÜZEYLERİNİN İNCELENMESİ

Yüksek Lisans Tezi

Gürbüz GÜR

ONDOKUZ MAYIS ÜNİVERSİTESİ

EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

Eylül, 2019

## ÖZ

Bu çalışma, coğrafya bölümü lisansüstü öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeylerini tespit etmek amacıyla yapılmıştır. Çalışma Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Coğrafya Anabilim dalında 2017-2018 yılı bahar ve 2018-2019 yılı güz dönemlerinde öğrenim gören 54 lisansüstü öğrencisiyle gerçekleştirilmiştir. Çalışma karma yöntem ile hazırlanmıştır. Katılımcıların medya okuryazarlık düzeylerini ölçmek için Karataş tarafından geliştirilen “Medya Okuryazarlık Ölçeği” ve araştırmacı tarafından hazırlanan coğrafya alanıyla ilgili medyadan yararlanma durumlarını tespitiye yönelik açık uçlu sorular kullanılmıştır. Elde edilen nicel veriler SPSS 22 programı kullanılarak, nitel veriler ise içerik analizine tabi tutularak analiz edilmiştir. Araştırmanın sonucunda coğrafya bölümü lisansüstü öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeylerinin iyiye yakın olduğu tespit edilmiştir. Öğrencilerin medya okuryazarlık düzeyleri ile cinsiyetleri, yaşları, mezun oldukları lisans programları, medeni durumları, eğitim düzeyleri, meslek durumları ve medya okuryazarlığı kavramı hakkında bilgi sahibi olma durumları arasında anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır. Ayrıca coğrafya bölümü lisansüstü öğrencilerinin alanları ile ilgili olarak belgesel programlarını, National Geographic ve Doğu Coğrafya dergilerini, sosyal medya ağlarından Youtube ve Facebook’u, internet sitelerinden National Geographic ve coğrafya forum sitelerini takip ettikleri tespit edilmiştir. Bilimsel olmayan kitapları okuma, gazetelerden yararlanma ve yayın yapmaları düşük düzeydedir. Üniversitelerde medya okuryazarlığı eğitimi üzerine paneller ve konferanslar yapılabilir.

**Anahtar Kelimeler** : Coğrafya, Medya Okuryazarlığı, Lisansüstü

**Sayfa Sayısı** : 72

**Danışman** : Doç. Dr Necati TOMAL

**EXAMINATION OF MEDIA LITERACY LEVELS OF  
GRADUATE STUDENTS IN GEOGRAPHY DEPARTMENT**

**MS Thesis**

**Gürbüz GÜR**

**ONDOKUZ MAYIS UNIVERSITY**

**GRADUATE SCHOOL OF EDUCATIONAL SCIENCES**

**September 2019**

**ABSTRACT**

This study aims to determine the media literacy levels of graduate students in the geography department. The study was conducted with 54 graduate students who studied at Ondokuz Mayıs University, Institute of Social Sciences, Department of Geography in the spring 2017-2018 and fall 2018-2019 semesters. The study was prepared with mixed method. The “Media Literacy Scale” developed by Karataş and the open-ended questions prepared by the researcher to determine their use of media related to the field of geography were used to measure the level of media literacy of the participants. The quantitative data were analyzed by using SPSS 22 program and the qualitative data were analyzed by content analysis. As a result of the study, it was found that the media literacy levels of the department of geography graduate students were close to good. There was no significant difference between students' media literacy levels and their gender, age, undergraduate programs, marital status, education level, occupational status and knowledge about media literacy concept. In addition, it has been determined that the students of geography department follow documentary programs, National Geographic and eastern geography magazines, social media networks, YouTube and Facebook, National Geographic and geography websites from their websites. It is low to read non-scientific books, to use newspapers and to publish. Panels and conferences on media literacy education can be held at universities.

**Key Words** : **Geography, Media Literacy, Graduate**

**Number of Pages** : **72**

**Advisor** : **Doç. Dr. Necati TOMAL**



## İÇİNDEKİLER

TELİF HAKKI.....	II
TEŞEKKÜRLER .....	VI
ÖZ.....	VII
ABSTRACT .....	VIII
İÇİNDEKİLER .....	IX
TABLOLAR LİSTESİ.....	XI
BİRİNCİ BÖLÜM.....	1
I. GİRİŞ .....	1
1.1 Araştırmanın Problemi.....	1
1.2 Araştırmanın Amacı .....	2
1.3 Araştırmanın Önemi.....	3
1.4 Araştırmanın Varsayımları.....	4
1.5 Araştırmanın Sınırlılıkları .....	4
1.6 Tanımlar .....	4
İKİNCİ BÖLÜM .....	6
II. KAVRAMSAL ÇERÇEVE .....	6
2.1 Medya ve Okuryazarlık.....	6
2.2 Medya Okuryazarlığı.....	8
2.3 Medya Okuryazarlığının Önemi.....	10
2.4 Medya Okuryazarlığı İlkeleri ve Boyutları .....	11
2.5 Dünya’da Medya Okuryazarlığı.....	14
2.6 Türkiye’de Medya Okuryazarlığı.....	16
2.7 İlgili Araştırmalar .....	17
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM .....	22
III. YÖNTEM .....	22
3.1 Araştırmanın Modeli .....	22
3.2.1 Örnekleme Ait Kişisel Bilgiler .....	23
3.3 Veri Toplama Araçları .....	25
3.4 Verilerin Analizi .....	26
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM .....	28
IV. BULGULAR.....	28
4.1 Birinci Alt Probleme İlişkin Bulgular .....	28
4.2 İkinci Alt Probleme İlişkin Bulgular .....	30

4.2.1 Coğrafya Bölümü Lisansüstü Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Düzeyleri ile Cinsiyetleri Arasındaki İlişkiye İlişkin Bulgular .....	30
4.2.2 Coğrafya Bölümü Lisansüstü Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Düzeyleri ile Yaşları Arasındaki İlişkiye İlişkin Bulgular .....	31
4.2.3 Coğrafya Bölümü Lisansüstü Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Düzeyleri ile Mezun Oldukları Lisans Programları Arasındaki İlişkiye İlişkin Bulgular... ..	32
4.2.4 Coğrafya Bölümü Lisansüstü Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Düzeyleri ile Eğitim Düzeyleri (Yüksek Lisans, Doktora) Arasındaki İlişkiye İlişkin Bulgular .....	33
4.2.5 Coğrafya Bölümü Lisansüstü Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Düzeyleri ile Medeni Durumları Arasındaki İlişkiye İlişkin Bulgular .....	33
4.2.6 Coğrafya Bölümü Lisansüstü Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Düzeyleri ile Meslek Durumları Arasındaki İlişkiye İlişkin Bulgular.....	34
4.2.7 Coğrafya Bölümü Lisansüstü Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Düzeyleri ile Medya Okuryazarlığı Kavramı Hakkında Bilgi Sahibi Olma Durumları Arasındaki İlişkiye İlişkin Bulgular .....	35
4.3. Üçüncü Alt Probleme İlişkin Bulgular .....	36
4.4. Dördüncü Alt Probleme İlişkin Bulgular.....	38
4.4.1 Coğrafya Bölümü Lisansüstü Öğrencilerinin Alanları ile İlgili Olarak Televizyon Programlarını Takip Etme Durumlarına İlişkin Bulgular .....	39
4.4.2 Coğrafya Bölümü Lisansüstü Öğrencilerinin Magazin Coğrafya ve Bilimsel Coğrafya Dergilerini Takip Etme Durumlarına İlişkin Bulgular.....	42
4.4.3 Coğrafya Bölümü Lisansüstü Öğrencilerinin Alanları ile İlgili Bilimsel Olmayan Kitapları Okuma Durumlarına İlişkin Bulgular .....	45
4.4.4 Coğrafya Bölümü Lisansüstü Öğrencilerinin Alanları ile İlgili Gazetelerden Yararlanma Durumlarına İlişkin Bulgular .....	46
4.4.5 Coğrafya Bölümü Lisansüstü Öğrencilerinin Alanları ile İlgili En Çok Kullandıkları Sosyal Medya Ağlarına İlişkin Bulgular .....	47
4.4.6 Coğrafya Bölümü Lisansüstü Öğrencilerinin Coğrafya Alanı ile İlgili Takip Ettikleri İnternet Sitelerine İlişkin Bulgular .....	49
4.5. Beşinci Alt Probleme İlişkin Bulgular.....	50
BEŞİNCİ BÖLÜM .....	52
V. SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER .....	52
5.1 Sonuç ve Tartışma.....	52
5.2 Öneriler .....	57
KAYNAKÇA .....	58
EKLER.....	64
ÖZGEÇMİŞ.....	72

## TABLolar LİSTESİ

Tablo 1: Medya Okuryazarlığının Gelişimi (Mentor, 2008).....	8
Tablo 2: Coğrafya Bölümü Lisansüstü Öğrencilerinin Cinsiyet Durumları .....	23
Tablo 3: Coğrafya Bölümü Lisansüstü Öğrencilerinin Yaş Durumları .....	23
Tablo 4: Coğrafya Bölümü Lisansüstü Öğrencilerinin Mezun Oldukları Lisans Programları .....	24
Tablo 5: Coğrafya Bölümü Lisansüstü Öğrencilerinin Eğitim Düzeyleri .....	24
Tablo 6: Coğrafya Bölümü Lisansüstü Öğrencilerinin Medeni Durumları .....	25
Tablo 7: Coğrafya Bölümü Lisansüstü Öğrencilerinin Meslek Durumları.....	25
Tablo 8: Ölçeğin Ortalama Puanlarına İlişkin Normallik Değerleri.....	27
Tablo 9: Coğrafya Bölümü Lisansüstü Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Düzeyleri .....	28
Tablo 10: Coğrafya Bölümü Lisansüstü Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Düzeyleri ile Cinsiyetleri Arasındaki İlişkiye İlişkin Bağımsız t-Testi Sonuçları.....	30
Tablo 11: Coğrafya Bölümü Lisansüstü Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Düzeyleri ile Yaşları Arasındaki İlişkiye Yönelik Tek Yönlü Varyans Analizi (Anova) Sonuçları.....	31
Tablo 12: Coğrafya Bölümü Lisansüstü Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Düzeyleri ile Mezun Oldukları Lisans Programları Arasındaki İlişkiye Yönelik Tek Yönlü Varyans Analizi (Anova) Sonuçları .....	32
Tablo 13: Coğrafya Bölümü Lisansüstü Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Düzeyleri ile Eğitim Düzeyleri Arasındaki İlişkiye Yönelik Tek Yönlü Varyans Analizi (Anova) Sonuçları .....	33
Tablo 14: Coğrafya Bölümü Lisansüstü Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Düzeyleri ile Medeni Durumları Arasındaki İlişkiye İlişkin Bağımsız t-Testi Sonuçları.....	33
Tablo 15: Coğrafya Bölümü Lisansüstü Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Düzeyleri ile Meslek Durumları Arasındaki İlişkiye Yönelik Tek Yönlü Varyans Analizi (Anova) Sonuçları .....	34
Tablo 16: Coğrafya Bölümü Lisansüstü Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Düzeyleri ile Medya Okuryazarlığı Kavramı Hakkında Bilgi Sahibi Olma Durumları Arasındaki İlişkiye İlişkin Bağımsız t-Testi Sonuçları.....	35
Tablo 17: Lisansüstü Öğrencilerinin Medya Okuryazarlığı Kavramının Tanımına İlişkin Görüşlerine Yönelik Analiz Sonuçları .....	36
Tablo 18: Televizyon Programlarını Takip Etme Durumları.....	39
Tablo 19: Magazin Coğrafya ve Bilimsel Coğrafya Dergilerini Takip Etme Durumları.....	42
Tablo 20: Coğrafya ile Alakalı Bilimsel Olmayan Kitapları Okuma Durumları.....	45
Tablo 21: Coğrafya Alanı İçin Gazetelerden Yararlanma Durumu .....	46
Tablo 22: Coğrafya Alanında En Çok Kullanılan Sosyal Medya Ağları.....	47
Tablo 23: Coğrafya Bölümü Lisansüstü Öğrencilerinin Bilimsel Yayın Yapma Sıklığı.....	50

## SİMGELER VE KISALTMALAR

%	Yüzde
Anova	Varyans Analizi
CAMEO	Kanada Medya Eğitimi Örgütleri Derneği
Çev.	Çeviren
ECML	Avrupa Medya Okuryazarlığı Merkezi
Ed.	Editör
f	Frekans
F	F değeri (Varyans değeri)
MEB	Milli Eğitim Bakanlığı
n	Öğrenci Sayısı
p	Anlamlılık Düzeyi
RTÜK	Radyo ve Televizyon Üst Kurulu
s	Sayfa
Sd	Serbestlik Derecesi
SPSS	Sosyal Bilimler İçin İstatistik Yazılımı
t	t değeri (t-testleri için)
TRT	Türkiye Radyo Televizyon Kurumu
UNESCO	Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu
$\bar{x}$	Aritmetik Ortalama

# BİRİNCİ BÖLÜM

## I. GİRİŞ

### 1.1 Araştırmanın Problemi

Teknolojideki gelişmeler yeni teknik donanım ve bilgi seviyesini artırırken iletişim alanına da katkı sağlamaktadır. İletişim araçlarının gelişmesiyle birlikte bilgi birikiminin yayılması da kolaylaşmıştır. Bilgiler yayılırken saflığını korumayarak farklı duygu, düşünce ve görüşlerden etkilenmektedir. Haliyle bilginin doğruluğu sorgulanmaktadır. Bilgi edinmek için önceleri sadece kitap gibi basılı yayınlardan faydalanılıyordu. Günümüzde ise teknolojinin gelişimi ile görsel ve işitsel ortamlardan da bilgi edinilmektedir (Çakmak, 2010, s.1). Bilgi edinme kaynaklarının artması 21. yüzyılda bireylerin birçok okuryazarlık özelliklerine sahip olmasını gerektirmektedir (Altun, 2009, s. 2). Yeni iletişim araçları ve bilginin yayılması bazı kavramları beraberinde getirmiştir. Medya, sosyal medya, medya araçları, okuryazarlık, medya okuryazarlığı kavramları bunlardan birkaçını oluşturur. Bu durum bireylerdeki okuryazarlık bilincinin geliştirilmesi ihtiyacını ortaya daha net koymaktadır.

Günümüzde önemli olan bilgiye nasıl ulaşılabileceği ve nasıl kullanılacağıdır. Elde edilen bilginin etkin kullanılması; bilgiyi doğru anlamak, analiz edebilmek ve eleştirel bakabilmekten geçer. Bu sürecin gerçekleşmesi içinde yeterli medya okuryazarlığı eğitiminin alınması gerekir. Gelecek nesli yetiştirecek olan öğretmenlerin ve onları yetiştirecek akademisyen adaylarının medya okuryazarlık düzeylerinin yüksek olması arzu edilmektedir. Bu çalışmada coğrafya bölümü lisansüstü öğrencilerinin medyayı kullanım amaçları ve medya okuryazarlık düzeylerini araştırmak amaç edinilmiştir. Çalışmanın ana problem cümlesini “Coğrafya bölümü lisansüstü öğrencilerinin medya okuryazarlık durumları nasıldır?” oluşturmaktadır. Bu çerçevede aşağıda belirtilen alt problemlere de cevap aranmıştır:

1. Coğrafya bölümü lisansüstü öğrencilerinin medya okuryazarlıklar ne düzeydedir?
2. Coğrafya bölümü lisansüstü öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeyleri ile;
  - a) Cinsiyetleri,

- b) Yaşları,
  - c) Mezun oldukları lisans programları,
  - d) Eğitim düzeyleri (yüksek lisans, doktora),
  - e) Medeni halleri,
  - f) Meslek durumları,
  - g) Medya okuryazarlığı kavramı hakkında bilgi sahibi olma durumları arasında anlamlı ilişki var mıdır?
3. Coğrafya bölümü lisansüstü öğrencilerinin medya okuryazarlık kavramının tanımına ilişkin görüşleri nelerdir?
  4. Coğrafya bölümü lisansüstü öğrencilerinin coğrafya ile alakalı olarak;
    - a. Televizyon programlarını takip etme,
    - b. Magazin coğrafya ve bilimsel coğrafya dergilerini takip etme,
    - c. Bilimsel olmayan kitapları okuma,
    - d. Gazetelerden yararlanma,
    - e. Sosyal medya ağlarından yararlanma,
    - f. İnternet sitelerini takip etme durumları nedir?
  5. Coğrafya bölümü lisansüstü öğrencilerinin bilimsel yayınları yapma sıklığı ne düzeydedir?

## 1.2 Araştırmanın Amacı

21 yüzyılda teknolojinin hızla gelişmesi farklı kaynaklardan bilgilere olan erişimi kolaylaştırmıştır. Bu bilgilerle beraber birçok farklı ideolojik, kültürel ve sosyolojik fikirler de aktarılmaktadır. Medya araçları tarafından aktarılan bilgileri anlamak, analiz edebilmek ve kişinin isteği doğrultusunda kullanabilmesi medya okuryazarlığı kavramını ön plana çıkarmıştır. Medya okuryazarlığı kavramının amacı da medya mesajlarını doğru okuyan, analiz eden ve değerlendirmelerde bulunan bireyler yetiştirmektir (Kurt ve Kürüm, 2010, s. 21). Günümüz şartlarında bireylerin medya okuryazarı olmaları gerekmektedir. Çünkü medyanın insanlar üzerindeki olumsuz etkilerinin önüne geçmek ve insanların medyadan faydalanabilmelerini sağlamak için bu kaçınılmazdır (Çetin, 2015, s. 178).

Ülkemizde ilköğretim seviyesindeki öğrencilerin medya okuryazarlık düzeylerini tespiti yönelik birçok çalışma yapılmıştır. Ancak lisansüstü seviyesindeki öğrencilerin

medya okuryazarlık düzeylerini belirlemeye yönelik sınırlı çalışma bulunmaktadır. Bu kapsamda coğrafya bölümü lisansüstü öğrencilerinin medya okuryazarlık durumlarını değerlendirmek amacıyla bu çalışma hazırlanmıştır. Bu ana amaç altında aşağıdaki alt amaçlar düşünülebilir:

1. Coğrafya bölümü lisansüstü öğrencilerinin medya okuryazarlıklar düzeylerini ortaya koymaktır.
2. Coğrafya bölümü lisansüstü öğrencilerinin medya okuryazarlıklar düzeyleri ile kişisel bazı kişisel özellikleri arasındaki ilişkiyi incelemektir.
3. Coğrafya bölümü lisansüstü öğrencilerinin medya okuryazarlık kavramının tanımına ilişkin görüşlerini belirlemektir.
4. Coğrafya bölümü lisansüstü öğrencilerinin coğrafya alanıyla ilgili medyadan yararlanma durumlarını tespit etmektir.

### **1.3 Araştırmanın Önemi**

Değişen bilişim teknolojilerinin sunduğu fırsatlar bireyin bilgiye ulaşım hızını artırırken toplumun kültürel yargılarını da etkilemiştir (Ertek, 2013, s. 9). Bu yüzden medyayı yalnızca eğlenceli, zararsız olarak görmek bireyi yanılgıya düşürmektedir. Medya gerekli tedbirler alınmadığında, başta çocuklar olmak üzere toplumun birçok bireyine ciddi zararlar verebilmektedir (Sur, 2012, s. 39). Bu durum bireylerin medya mesajlarına karşı daha dikkatli ve eleştirel bakabilme becerisine sahip olmasını gerektirmektedir. Böylece medya okuryazarlığının önemi daha çok ön plana çıkmaktadır.

Medya okuryazarlığı eğitimi yalnızca çocuklara verilen bir eğitim değil, tüm bireylere verilmesi gereken bir eğitimidir. Ancak ülkemizde medya okuryazarlığı alanında yapılan çalışmalar incelendiğinde çalışmaların ilköğretim ve ortaöğretim seviyesinde yoğunlaştığı görülmektedir. Bu durum medya okuryazarlık eğitiminin yetişkinlerde arka plana atıldığına göstergesidir. Yetişkin bireyler olan lisansüstü öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeylerini tespiti yönelik çalışmaların az olması bu durumu desteklemektedir. Lisansüstü çalışmalarının sınırlı olması çalışmamızı literatüre katkı sağlayacağından dolayı önemli kılmaktadır. Ayrıca coğrafya öğretmen ve adaylarının

medya okuryazarlık durumlarını belirlemeye yönelik çalışmalarında sınırlı olması çalışmamızı önemli kılmaktadır.

#### 1.4 Araştırmanın Varsayımları

1. Örneklemin evrenin özelliklerini bulundurduğu ve evreni temsil ettiği varsayılmıştır.
2. Araştırmada veri toplamak amacıyla uygulanan ölçme aracını lisansüstü öğrencilerinin okuduğu, içtenlikle yanıt verdikleri ve birbirlerinden etkilenmedikleri varsayılmıştır.
3. Araştırmada kullanılan ölçme aracının lisansüstü öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeylerini ölçebileceği varsayılmıştır.

#### 1.5 Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu araştırma;

1. Samsun Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Coğrafya Anabilim dalında 2017-2018 bahar ve 2018-2019 güz yarıyılında öğrenim gören lisansüstü (Yüksek lisans ve Doktora) programına kayıtlı olan öğrencilerle sınırlıdır.
2. Çalışmada elde edilen bulgular, ölçme aracından elde edilen veriler ile sınırlıdır.

#### 1.6 Tanımlar

**Medya:** Her bireye ulaşan sözlü, yazılı, basılı, görsel metin ve imgeleri (kitaplar, gazeteler, dergiler, broşürler, billboardlar, radyo, film, televizyon, internet gibi) içerisinde bulunduran iletişim araçlarıdır (Nalçaoğlu, 2003, s. 52).

**Okuryazarlık:** Okuma ve yazma ile birlikte, bireyin yaşamında karşılaştığı nesne ve olayları, analiz etmesi ve bunlara yeni anlamlar yüklemesidir (Aşıcı, 2009, s.11).

**Medya Okuryazarlığı:** Medya mesajlarına karşı bireylerin bilgi sahibi olmasını sağlamak, bireyleri ve medya kuruluşlarını daha dikkatli olmaya davet eden bir eğitim programıdır (Radyo ve Televizyon Üst Kurulu [RTÜK], 2007).



**Coğrafya:** Doğal ve beşerî çevrede insan etkileşimi sonucu ortaya çıkan faaliyetleri dağılışı, nedensellik ve bağıllık (ilgi) prensipleri çerçevesinde inceleyen bilim dalıdır (Şahin, 2003, s. 11).

**Coğrafya Okuryazarlığı:** Yaşadığı yeri ve çevresini haritada gösterebilme, güncel olayların mekân ile ilişkisini kurarak daha iyi anlayabilme, coğrafyanın sağladığı prensipleri kullanabilme gibi beceriler coğrafya okuryazarlığını oluşturur (Altınbilek ve Sanalan, 2005, s. 341).



## İKİNCİ BÖLÜM

### II. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bu bölümde medya ve okuryazarlık, medya okuryazarlığı, medya okuryazarlığının önemi, ilkeleri ve yaklaşımları ele alınacaktır. Ayrıca medya okuryazarı bir bireyde olması gereken özelliklere, Dünya ve Türkiye’deki medya okuryazarlığı eğitimine değinilecektir.

#### 2.1 Medya ve Okuryazarlık

Medya okuryazarlığı kavramına değinmeden önce medya ve okuryazarlık kavramlarını açıklamak yerinde olacaktır. Medya teknolojik gelişmelere bağlı olarak zaman içerisinde kendini yenilemiş ve geliştirmiştir (Sivritepe, 2014, s. 1). Böylece yeni medya kavramı ile birlikte yeni medya araçlarının da ortaya çıktığı anlaşılmaktadır (Kress, 2005, s. 5).

Medya: İletişim mekânı ve iletişim araçlarını kapsamaktadır (Türk Dil Kurumu [TDK], 2018). Bu sözlük tanımı bütün modern iletişim medyasını içerir. Modern iletişim medyası içerisinde “resim, sembol, fotoğraf gibi görsel ortamlar; şarkı, ses efekti gibi işitsel ortamlar; film, müzik klibi gibi hem görsel hem işitsel ortamlar; kitap ve dergi gibi basılı ortamlar” yer almaktadır (Çakmak, 2013a, s. 212). Bunun gibi iletişim araçları geniş izleyici kitlesine ulaştığından kitle iletişim araçları olarak da adlandırılır (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization [UNESCO], 2006, s. 168). Medya daha geniş kapsamda kitle iletişim araçlarını ve bunlara bağlı teknolojik gelişmeleri de kapsamaktadır. Bu nedenle medyayı tek bir tanım içerisine sokmak mümkün olmamaktadır. Kitle ifadesiyle medyanın insanlara hitap eden gücü ve etkisi söz konusudur. Medya bu açıdan sosyal etkileşimlerde önemli rol oynamaktadır (Aslan, 2009, s. 208). Bu özellikler insanın yaşamını ve iletişimini kolaylaştırmaktadır.

Medyanın tarihçesine bakıldığında matbaanın icadı ile başlayan gelişmeler zamanla tüm bireylere ulaşılabilir bir hale gelmiştir (Tuncer, 2013, s. 7). İnsanlık ilk önce 17. yüzyılda geleneksel medya araçları (kitap, gazete vb.) ile 20. yüzyılda ise modern medya araçları (televizyon, radyo ve internet vb.) ile tanışmıştır (Yüzer, 2006, s. 89).

Günümüzde sayı ve içerik olarak artan iletişim araçları, küreselleşerek bilinçli ya da bilinçsiz olarak tüm bireyleri etkisi altına almış bulunmaktadır. Böylece kültürel, toplumsal, ekonomik ve politik yapı üzerinde söz sahibi olmuştur (Aksaçlıoğlu ve Yılmaz, 2007, s.7). Medyanın olumlu yanlarının yanında, toplumu yanlış yönlendirebilecek olumsuz davranışlara da neden olabilmektedir (Yücedoğan, 1997, s. 85). Bazı dizilerin öğrencileri şiddet olaylarına yönlendirmesi veya medya ortamındaki lüks yaşantılardan etkilenen bireylerin gerçek dünyadan uzaklaşması örnek verilebilir. Medya bu şekilde insanları etkilerken bazı işlevlerini de yerine getirmektedir. Bu işlevleri arasında haber ve bilgi verme, toplumsallaştırma, eğitim, eğlendirme, kültürel değerleri koruma, denetim/eleştiri ve kamuoyu oluşturma ile tanıtım yer almaktadır (RTÜK, 2007, s. 26, 28). Medyanın bu derecede bireyleri olumlu ve olumsuz yönlendirmesi "medya" ve "okuryazarlık" kavramlarını ortaya çıkarmıştır (Önal, 2007, s. 337).

Medyanın çerçevesi genişledikçe araştırmacılar tarafından yapılan okuryazarlık kavramının tanımlarında da farklılıklar meydana gelmeye başlanmıştır. “İngilizcede “literacy” olarak tanımlanan, Türkçede “okuryazarlık” olarak adlandırılan kavram sadece okuma ve yazma becerisinin toplamı anlamına gelmemektedir” (Çakmak, 2013b’den aktaran; Ünlü, 2017, s. 6). “Okuryazarlık; harfleri mantıksal bir bütün içerisinde birleştirebilme, anlam çıkarabilme, rakamsal ifadeleri anlayabilme becerisi olarak tanımlanabilir” (Sur, 2012, s. 27). Ertek’e (2013) göre “okuryazarlık çevreyi anlamlandırabilme, harfleri birleştirebilme ve semboller sistemini kullanabilme becerisidir” (s. 2). Nergis (2011) ise bireyin çevresindeki sorunlara karşı akılcı çözümler üretebilmeleri için okuma yazma yeteneklerini ve iletişim araçlarını kullanabilme becerisi şeklinde tanımlamaktadır (s.1136). Tanımlar da okuryazarlığın; metinlere ulaşma, anlamlandırma ve metni kullanma becerisi olduğu anlaşılmaktadır.

20. yüzyılın sonunda yeni iletişim araçlarının eklenmesiyle birlikte yeni okuryazarlık türleri de ortaya çıkmıştır. Bu okuryazarlık türleri okuma-yazma işlevinin yanında yeni işlevlerinde eklenmesiyle çok boyutlu özellik kazanmıştır (Aşıcı, 2009, s. 15). Bu durum geleneksel okuryazarlık biçiminin yetersiz kaldığını göstermektedir. Böylece çoklu ortam okuryazarlığı günümüzde zorunluluk haline gelmiştir (Buckingham, 2003, s. 1).

## 2.2 Medya Okuryazarlığı

Son yıllarda ortaya çıkan okuryazarlık türlerinin birçok ortak özelliğinin olmasının yanında farklılıkları da bulunmaktadır. Okuryazarlık türleri konunun ve kaynağın bilinçli kullanımını teşvik ederken; medya okuryazarlığının bu konu ve kaynağa sınır getirebilme özelliği onu diğer okuryazarlık türlerinden ayırmaktadır (Önal, 2007, s. 339). Medya okuryazarlığını diğer okuryazarlık alanlarından ayıran en önemli etken ise bilinçli yurttaşlar yetiştirmesi ve bireyleri hayata hazırlamasıdır (Sur, 2012, s. 28).

Tablo 1: Medya Okuryazarlığının Gelişimi (Mentor, 2008).

Tarihsel Dönem	İletişim Çevresi	Yeni Beceriler	Sosyo-Kültürel Sonuçlar
Klasik Dönem	Sözlü ve el hareketleri ile iletişim, Alfabetik yazının geliştirilmesi	Sözlü ve beden dilinin hâkimiyeti, Alfabetik beceriler	Bilginin sistematik hale getirilmesi, Bilimsel araştırma ve felsefenin kaynağı
Rönesans 1. Endüstriyel Dönemi	Basın ve kitabın basımının geliştirilmesi	Okuryazarlığın gelişmesi ve yaygınlaşması	DeneySEL filoloji ile ilgili bilimlerin ilerlemesi
2. Dönem Endüstriyel Dönemi	Elektronik medyanın görünüşü; telefon, film, radyo ve televizyon	Görsel-işitsel okuryazarlık	Medya ve tüketici toplumlar
Bilgi Toplumu	Dijital medya ve internet	Dijital okuryazarlık Medya okuryazarlığı	Bilginin yayılması, Bilginin artışı, Bilgi toplumu

Kaynak: (Mentor 2008'den aktaran; Apak, 2008, s. 37).

Tablo 1'de geleneksel medya okuryazarlığından yeni medya okuryazarlığına olan geçişi rahatça görmek mümkündür. Medya okuryazarlığı ile iletişim becerilerinin ve bilginin de arttığı görülmektedir.

Medyanın hayatımızın her alanında karşımıza çıkması, medyaya karşı bilinçli olmayı zorunluluk haline getirmiştir. Kaynağı bilinçli kullanan ve sorgulayan bir birey olabilme çabası da medya okuryazarlığını önemli kılmıştır (Sivritepe, 2014, s. 49). Medya okuryazarlığı kavramsal olarak okuma yeteneği anlamına gelmektedir (Cangin,

2014, s. 38). Medya okuryazarlığını yalnızca okuma olarak sınırlandırmak doğru değildir. Ayrıca yazarlık yani üretebilme becerisinin de olduğu unutulmamalıdır (Apak, 2008, s. 16).

Medya okuryazarlığını araştırmacılar farklı şekilde tanımlamıştır. Bu tanımlardan bazıları şöyledir. Medya okuryazarlığı; çeşitli yapılardaki medya mesajlarına ulaşma, analiz etme, değerlendirme ve yeniden oluşturabilme sürecidir (Jolls ve Thoman, 2008, s. 24; Livingstone, 2004, s. 5; İnceoğlu, 2016, s. 4). Aufderheide (1993) ise medya okuryazarlığı, etkili bir vatandaş olabilmek için medyayı analiz etme, üretme ve etkileyici okuma yeteneği olarak tanımlamıştır (s. 33). Tutkun'a (2013) göre medya okuryazarlığı tanımlarında iki temel unsur dikkat çekmektedir. Bunlardan birincisi, bireyin medya mesajlarını analiz etme, değerlendirme becerisi, ikincisi ise kişinin medya mesajlarını ortaya çıkarması, yeniden yapılandırması için gerekli olan bilgi ve becerilerdir (s. 20). Solmaz ve Yılmaz (2012) ise medya içeriğine erişme ve bu içeriğini değerlendirme becerisi olarak tanımlamaktadır (s. 56). Bu bağlamda "medya okuryazarlığı; özümsemek, çağdaş medya sistemine dâhil olan kodları ve kodların dayandığı teknolojik sistemleri doğru kullanmak için gerekli olan becerilerdir" (Pérez ve Varis, 2010, s. 29).

Avrupa komisyonu medya okuryazarlığının amacını, yaşantımızda karşılaşılan medya mesajlarına karşı farkındalığı artırmak, medyanın bireylerin kişisel seçimleri nasıl yönlendirdiğini anlamalarına yardımcı olmak, bireylerin bilinçli üretici ve tüketici olmalarını sağlamak, bireylere ifade özgürlüğü, bilgi edinme haklarını kullanması şeklinde belirtmiştir (European Commission, 2011, s. 5). Ayrıca medya okuryazarlığının amacı bilgiyi değerlendiren ve elde ettiği bilgiyi yerinde kullanan bireyler yetiştirmektir (Solmaz ve Yılmaz, 2012, s. 60). Medya okuryazarlığı ile belirtilen amaçlar hedeflenirken bazı bireyler tarafından medya okuryazarlığı yanlış algılanmaktadır. Bu durumun önüne geçmek için medya okuryazarlığının ne olmadığını ifade etmek yerinde olacaktır.

- Medyayı yalnızca eleştirmek medya okuryazarlığı değildir. Ancak medya okuryazarlığı medyayı eleştirmeyi gerektirir.
- Medya okuryazarlığı medya yapım faaliyetlerini içerse de sadece medya üretmek medya okuryazarlığı değildir.

- Sınıflara video, cd-rom veya başka bir içerik getirmek medya okuryazarlığı değildir.
- Sadece politik gündemleri, basmakalıp ve yanlış beyanları aramak medya okuryazarlığı değildir.
- Medya mesajını yalnızca bir açıdan değerlendirmek medya okuryazarlığı değildir, çünkü medya okuryazarlığı çoklu bakış açısını gerektirmektedir.
- Medya okuryazarlığı “izlemeyin” anlamına gelmez. “Dikkatli izle, eleştirel düşün” anlamına gelir (Thoman ve Jolls, 2003, s. 21).

### 2.3 Medya Okuryazarlığının Önemi

Medyadaki, teknolojik gelişme ile birlikte bireyler medya aracılığıyla yeni bilimsel buluşlardan, yerleşim yerlerinden, dünyada ve bazı ülkelerde patlak veren savaşlardan ve buna benzer yaşanan pek çok durumdan haberdar olabilmektedir (Sadriu, 2009, s. 76). Medyayı takip eden bireylerin birçoğu medya ile iç içe zaman geçirmelerine rağmen medyanın işleyişi ve bireyleri nasıl etkilediği hususunda yeterli bilgiye sahip değildir (Semiz, 2013, s. 23). Bu yüzden bireyin medyanın sunduğu bilgi kirliliğinden kaçınması imkânsız duruma gelmiştir. Güç elde etme ve ticari amacı olan medya, bireyleri yönlendirebilmek için çeşitli teknikler kullanmaya başlamıştır. Bu süreç içinde, bireylerin medyadan gelen mesajlara karşı eleştirel becerilere sahip, sosyal ve katılımcı bir birey olabilmeleri gerekmektedir. Bu durum medya okuryazarlığının önemi bir kez daha ortaya koymaktadır (Kıncal ve Kartal, 2009, s. 318).

Medya ortamında bireylere gerçek gibi sunulan mesajlara eleştirel bakış açısıyla yaklaşma becerisini kazandırması medya okuryazarlığı eğitimini ön plana çıkarmıştır (Çetinkaya, 2008, s. 65). Jolls ve Thoman (2008) medya okuryazarlığı eğitiminin önemini beş ana madde ile şöyle sıralamaktadır:

- Medya kültürünü benimsemiş bireylerin eleştirel düşünme ve kendini ifade özgürlüğüne sahip olması.
- Medyanın yüksek oranlarda tüketilmesi ve toplumun medya tarafından sömürülmesine karşı doğru karar vermemizi sağlaması.
- Düşüncelerimizi, inançlarımızı ve davranışlarımızı şekillendirmesi en aza indirilerek farkındalık sağlaması.

- Yazılı medya türlerini okuma-yazma becerisine ek olarak görsel temelli iletişimin becerilerinin de nasıl okuyacağını öğretmesi.
- Bilginin kaynağını ve bu bilgilerin kimin çıkarına kullanıldığını anlama konusunda, öğretmen ve öğrencilerin değişik görüşlere ulaşmalarına yardımcı olur (s. 14, 15).

Bireylere medyadan gelen bilgileri değerlendirme, sorgulama, anlamlandırma, eleştirel bir bakış açısıyla analizini yapma, gerçek ve kurgu arasında daha keskin ayrımlar yapabilme, sosyal sorumluluklar yükleme, yayınların ideolojik iletilerini çözümleyebilme gibi becerilerin kazanılmasında medya okuryazarlığı birinci derecede önem arz etmektedir (Apak, 2008, s. 34; Solmaz, 2016, s. 18). Bu nedenle bu beceriyi kazanmış bir bireyden mesajların dilinin ve kaynağının farkına varması, doğruluğunu değerlendirmesi ve sonuca ulaşması beklenmektedir (Kurt ve Kürüm, 2010, s. 32).

#### **2.4 Medya Okuryazarlığı İlkeleri ve Boyutları**

Medyanın globalleşen etkisi ile beraber dünyanın her yerinden haberlere ulaşmamızı sağlamıştır. Böylece dış dünyadaki gerçekliği medya kendi kalıbına göre şekillendirerek bizlere ulaştırmaktadır. Medyanın kendi ideolojisine göre yorumladığı dış dünyayı analiz edebilmek için medya okuryazarı olmak gerekmektedir (Taşkiran, 2007, s. 105).

Medyanın etkisi ve zararları ile ilgili olarak medya okuryazarlığı eğitiminde üzerinde durulması gereken ilkeleri ve konuları Kanada Medya Eğitimi Örgütleri Derneği (CAMEO) şu şekilde sıralamaktadır:

- Medya ürünleri yapılandırılmıştır. Medya ürünleri gerçeği olduğu gibi yansıtmaz. Çeşitli otoriter güç sahiplerinin istekleri doğrultusunda değişebilir.
- Medya gerçeği yapılandırır. Yansıtılmak istenen mesaj medya araçlarıyla şekillendirilebilir.
- Medya mesajlarını bireyler sahip oldukları bilgi seviyesine göre yapılandırmaktadır.
- Medya iletilerinin ticari kaygılarının olduğu göz önünde bulundurulmalıdır.
- Medyadaki mesajlar belirli ideoloji ve değerleri içerir (Kurudayıoğlu ve Tüzel, 2010, s. 292).

Medya okuryazarlığı ilkeleri, medya mesajının analiz edilmesinde önemli rol oynamaktadır. Bu amaçla şu “beş anahtar soru kullanılmaktadır.

- Soru 1: Bu mesaj kim tarafından oluşturuldu?
- Soru 2: Bu mesajda ilgimi çekebilmek için ne tür teknikler kullanıldı?
- Soru 3: Bu mesajı diğer insanlar benim anladığımdan farklı olarak nasıl anlamış olabilirler?
- Soru 4: Bu mesajda hangi yaşam biçimleri, değerler ve görüşlere yer verilirken hangileri göz ardı edilmiştir?
- Soru 5: Bu mesaj niçin gönderilmiştir?” (Jolls ve Thoman, 2008, s. 24).

Medya okuryazarlığının temel ilkeleri, medyayı anlama, değerlendirme ve yeniden oluşturmada öğrencilere yol göstermektedir. Bu nedenle bu ilkelerin benimsenmesi ve uygulamaya konulması gerekmektedir (Semiz, 2013, s. 29).

Medya okuryazarlığı sadece bir açıdan değil birden çok açıdan bakmayı gerektirdiğinden çok boyutludur. Medya okuryazarlığının birbiriyle ilişkili dört boyutu bulunmaktadır. Bu boyutlar;

- Bilişsel boyut: Zihinsel süreçlerle düşünme becerisini içerisine alır. Mesajın sorgulanmasında önemli rol oynamaktadır.
- Duygusal boyut: Medya mesajlarıyla bireylere aktarılan duygudur. Bu duygular bazen mesajlarla aktarılırken bazen aktarılamamaktadır.
- Estetik boyut: Medya içeriğindeki sanatsal yapıyı anlamakta önemli rol oynayan beceridir.
- Ahlaki boyut: Mesajlardaki tutumları ve değerleri anlamaya ilişkin beceridir. (Erdoğan, 2010, s. 51).

Günümüzde medya düşünce, duygu gibi her konuda insanları etkileyebilmektedir. Bilinçli tüketiciler olmak ve medyanın bilgi yağmuruna karşılık pasif tüketici durumuna düşmemek için eleştirel ve şüpheci olmak gerekir. Bu şekilde bireylerin medyaya olan bakış açısında bir farklılık oluşur. Bunun yanı sıra medyadaki metin ve görselleri analiz ederek medya döngüsünde üretime geçilir. Bir bireyin medyaya karşı üretici konumuna geçmesi için bazı özellik ve becerilere sahip olması gerekmektedir.



Medya okuryazarı bir kişi;

- Medyayı etkili ve zamanında kullanır.
- Medya mesajlarını eleştirel bakış açısıyla değerlendirir ve yeniden yapılandırır.
- Bilgilerin güvenilirliği test eder.
- Metin ve görsel mesajları nasıl okuyacağını iyi bilir.
- Farklı toplumları ve kültürleri bilir ve farklı bakış açılarına değer verir.
- Farklı medya araçlarını kullanarak kendini daha iyi ifade etmeye çalışır.
- Medyanın yaşamımızdaki etkisini bilir (Thoman ve Jolls, 2003, s. 43; Altun, 2011b, s. 78).

Medya okuryazarı bireyinin sahip olması gereken özellikler ile medya okuryazarlığı tanımının örtüştüğü görülmektedir. Kısacası, medya okuryazarı bir bireyden her türlü görsel ve işitsel medyayı analiz edebilme, eleştirebilme ve sorgulayabilme becerileri beklenmektedir. Bunların yanı sıra aktif olarak yeni mesajlar üretebilmesi de istenmektedir.

Geleneksel medyadan yeni medyaya geçerken medya araçları arttığı gibi medyanın kapsam ve hedef kitlesinin de genişlediği görülmektedir. Küreselleşen medya kültürünün öğrenilmesi, analiz edilmesi ve kendini bilen bireyler yetiştirilmesi açısından medya okuryazarlığı eğitimi oldukça önemlidir. Ancak medya okuryazarlığı eğitimini yalnızca formel eğitimle sınırlandırmak doğru olmayacaktır (Sadriu, 2009, s. 96; Hasdemir, 2012, s. 28). Medya sadece çocuklar değil yetişkinlerinde dünya görüşlerinde etkili olduğu için medya eğitimi zorunluluk haline gelmiştir (Özad, 2006, s. 57). Medya okuryazarlığı eğitimi okul öncesi dönemden başlayarak üniversite dönemine kadar uzanması gereken bir eğitim sürecidir (Çakmak, 2010, s. 163). Küçük yaşlarda kazanılması gereken bir eğitim planı olmasının yanında her yaşta beceri haline gelmesi gereken bir alışkanlık olmalıdır. Böylece birey izlediği ve okuduğu medya mesajlarına karşı eleştirel olabilecek ve demokratik toplumun gereği, seçim yapabilen ve yaptığı seçimlerin sorumluluğunu üstlenebilir hale gelecektir (Şeylan, 2008, s. 46).

Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programını başarı ile tamamlayan öğrenci;

- Çevreye duyarlı, ülkesini seven ve problemlerini dert edinen bir birey olma bilinci kazanır.
- Medyadaki yazılı ve görsel mesajları analiz ederek yeniden yorumlayabilir.
- Eleştirel bakış açısını geliştirir.
- Mesajların oluşumunu ve aktarılmasında sorgulama yapar.
- İsteklerinin farkında olan bir medya okuryazarı olur.
- Toplumsal yaşama uyum sağlar.
- Medyanın geliştirilmesinde katkı sağlar. (Milli Eğitim Bakanlığı [MEB] ve RTÜK, 2006, s. 7, 8).

Medya okuryazarlığı eğitimi bireye doğru bilgiyi ayırt etme, eleştirel bakabilme, yeni bilgiler üretebilme, demokratik hak ve özgürlüklerinin anlama, medyanın yaşamımızdaki etkisinin farkına varma gibi birçok becerinin kazanılmasında önemli rol oynamaktadır.

## **2.5 Dünya’da Medya Okuryazarlığı**

Medya okuryazarlığı eğitiminin gerekliliği televizyonun hayatımıza girdiği ve etkilerinin ortaya çıkmaya başladığı günden itibaren tartışılmaya başlanmıştır (Çakmak, 2010, s. 4). Bu sebeple ilk olarak medya eğitiminin amacı, medyanın olumsuz etkisinden çocuk ve gençleri korumak olmuştur. Bu koruma yaklaşımı hükümetler tarafından desteklenmiş ve eğitim-öğretim programlarına medya okuryazarlığı dersi eklenmiştir. Medya eğitimi böylece Avrupa’nın gelişmiş ülkelerinden zamanla diğer ülkelere yayılma göstermiştir (Taşkiran, 2007, s. 92; Avşar, 2014; Söylemez, 2012, s. 14). Bu sebeple dünyada medya okuryazarlığı çalışmalarının genel olarak Avrupa ve Amerika kıtası ülkelerinde yoğunluk kazandığı görülmektedir (Söylemez, 2012, s. 28). Özellikle Unesco (Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu) ve Avrupa Birliği gibi kuruluşların öncelikli gündemlerinden biri haline gelmiştir (Çakmak, 2010, s. 4). Her geçen gün dünyanın farklı yerlerinde medya okuryazarlığı konusunda konferans, toplantı ve seminerler düzenlenerek bireylerdeki medya okuryazarlığı bilinci artırılmaya çalışılmaktadır (Oktay, 2013, s. 75). Özellikle UNESCO’nun 1982 yılında medya eğitimi konusunda

Almanya’da yaptığı, Grunwald medya eğitimi bildirisi önemli rol oynamıştır (Altun, 2009, s. 4).

“Bu bildiri ile medya metinlerine ilişkin eleştirel düşünmeyi geliştirmede aileler, öğretmenler, medya çalışanları ve karar vericilerin belli bir sorumluluğu olduğu vurgulanmıştır” (Mentor, 2008’den aktaran; Oktay, 2013, s. 76). Bildiride, karar vericilerden şu görevleri yerine getirmeleri beklenmektedir:

- Medya okuryazarlığı eğitimini okul öncesi dönemden başlatarak üniversiteye kadar hatta tüm bireyleri içerisine alacak şekilde yaşam boyu öğrenme programları oluşturulmalıdır. Böylece eleştirel, analiz eden ve değerlendiren bireyler yetiştirilir.
- Medya okuryazarlığı eğitimcilerine yönelik programlar düzenlenerek gelişmelerini sağlamak.
- Medya eğitimi konusunda disiplinler arası araştırmaları teşvik etmek.
- Uluslararası medya okuryazarlığı eğitim programlarını desteklemek ve özendirme (Binark ve Bek, 2010, s. 52).

Avrupa Birliği medya okuryazarlığı çalışmaları ilk olarak 23-24 Mart 2000 tarihindeki Lizbon Avrupa Konseyi ile başlamış ve 2006 sonrasında hız kazanmıştır (Altun, 2011a, s. 60). Avrupa Birliği’nin medya okuryazarlığı eğitimi konusundaki en önemli adımı ise Medya Okuryazarlığı Uzman Grubu’nu kurmuş olmasıdır. Bu grubun amacı, medya okuryazarlığının amaçlarını tanıtmak ve analiz etmek, başarılı çalışmalarını desteklemek ve örnek göstermektir (EU, 2007b: 4’den aktaran; Altun, 2011a, s. 60). Avrupa Medya Okuryazarlığı Merkezi (European Center for Media Literacy-ECML) medya okuryazarlığını;

tüm medya formlarında yetkin bir şekilde iletişim kurma, aynı zamanda çağdaş kitle iletişim kültürünü oluşturan güçlü görüntüler, kelimeler ve sesler ile erişme, anlama, analiz etme, değerlendirme becerilerini hem çocuklar hem de yetişkinler için demokratik bir toplumun vatandaşları olarak gerekli olduğu inancını vizyon edinmiştir (“Center for Media Literacy”, 2019).

Günümüzde özellikle Avrupa’da olmak üzere gelişmiş ülkelerde medya okuryazarlığı dersleri ilkökul seviyesinde verilmeye başlanmıştır (Avşar, 2014). Ülkelerin medya okuryazarlığı konusundaki yaklaşımlarını politik tercihler, sosyal duyarlılık,

ekonomik yapı, eğitim politikaları, medya sektörünün yaklaşımı gibi birçok faktör etkilemiştir (Bilici, 2011, s. 67). Bu durum ülkelerin medya okuryazarlığı görüşlerinde farklılığa sebep olmuştur. Örneğin; Kanada, Avrupa ve Avustralyalı uzmanlar medya okuryazarlığının eleştirel ve bağımsız bireyler yetiştireceği üzerinde dururken; Hindistan, Brezilya ve Güney Afrika'daki uzmanlar medya okuryazarlığının özgürleşme, toplumun gelişimi ve sosyal adaletin sağlanmasına yardımcı olacağını belirtmektedirler (İnceoğlu, 2006, s. 6). Sonuç olarak medya okuryazarlığının bütün ülkeler için en önemli konulardan biri haline geldiği söylenebilir.

## **2.6 Türkiye’de Medya Okuryazarlığı**

Avrupa ülkelerinde medya okuryazarlığının geçmişi 1930’lu yıllara dayandırılırken, ülkemizde bu süreç 2004 yılına gelindiğinde ancak başlayabilmiştir (Çakmak, 2010, s. 24). Medyadan kolaylıkla etkilenebilen ülkemize medya okuryazarlığının 2000’li yıllarda gelmesi geç olarak nitelendirilmektedir (Söylemez, 2012, s. 40).

Medya okuryazarlığı konusu ilk olarak İletişim Şurasında (2003) dile getirilmiştir. Ayrıca medya okuryazarlığı konusuna devlet bakanlığı koordinatörlüğünde çeşitli kurum ve kuruluşların yer aldığı Eylem planında (2004) da yer verilmiştir (Treske, 2006, s. 14). Yine I. Uluslararası Medya Okuryazarlığı Konferansının (2005) sonuç bildirgesinde medya okuryazarlığı dersinin açılmasına yönelik öneri önemli katkı sağlamıştır (Altun, 2008, s. 32). Böylece, akademik alanda ve RTÜK İletişim dergilerinde medya okuryazarlığına ilişkin ilk çalışmalara yer verilmiştir (Oktaç, 2013, s. 105). 2006 yılında RTÜK tarafından ilköğretim çağındaki çocukların televizyon izleme alışkanlıklarına yönelik yapılan çalışmada öğrencilerin televizyon izleme alışkanlıklarının günde üç saate yakın olması medya okuryazarlığı dersine duyulan ihtiyacı bir kez daha ortaya çıkarmıştır (“Türkiye’de medya”, 2019).

Medya okuryazarlığı dersinin okutulmasına yönelik yapılan ön hazırlık çalışmaları sonucunda içerisinde çeşitli akademisyen ve uzmanların yer aldığı bir komisyon oluşturulmuştur. Yurt içi ve yurt dışındaki çalışmalar incelenerek sonuçlara varılmıştır (Çetinkaya, 2008, s. 74). Daha sonra İlköğretim Seçmeli Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı 31 Ağustos 2006 tarihinde MEB Talim ve Terbiye Kurulunda görüşülerek kabul edilmiştir. Bu kapsamda 2006-2007 eğitim yılında İstanbul, Ankara, İzmir, Adana ve Erzurum’daki toplam 5 ilköğretim okulunda pilot

uygulamanın başlaması kararlaştırılmıştır. Pilot uygulama olarak yedinci sınıftan 780 öğrenci medya okuryazarlığı dersini almıştır. Medya okuryazarlığı dersi 2007-2008 eğitim-öğretim yılından itibaren ilköğretim okullarının 6. 7. ve 8. sınıflarında seçmeli ders olarak okutulmaya başlamıştır (Hasdemir, 2012, s. 25; RTÜK, 2007, s. 39).

Medya okuryazarlığı dersi seçmeli ders olarak verilmeye başlandığı yıl MEB tarafından belirlenen 103 kişilik öğretmen grubuna hizmet içi eğitim verilmiştir. Ayrıca MEB medya okuryazarlığı dersini, iletişim fakültesi mezunları ile sınıf ve sosyal bilgiler öğretmenlerinin okutmalarını kararlaştırmıştır (Oktay, 2013, s. 108). Bu ders kapsamında öğretmenlere yol gösterici olarak, Medya Okuryazarlığı Dersi Taslak Öğretim Programı ve Öğretmen Kılavuzu (2006), İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretmen El Kitabı (2007) hazırlanmıştır (Altun, 2009, s. 9). Bu kılavuz ve el kitabında etkinlik merkezli, bilgi ve beceriyi dengeleyen, öğrencinin kendi yaşantısını ve bireysel farklılıklarını dikkate alan, çevresiyle etkileşimine olanak sağlayan yeni bir anlayış yaşama geçirilmeye çalışılmıştır (“Türkiye’de medya”, 2019).

## **2.7 İlgili Araştırmalar**

Bu bölümde araştırma problemiyle ilgili yurt içindeki lisans ve lisansüstü tez çalışmalarına yer verilmiştir. İlgili alan yazın tarandığında öğrencilerin, öğretmen adaylarının ve öğretmenlerin medya okuryazarlık düzeyleri ile medya okuryazarlığı dersi hakkındaki görüşlerini ölçmeye çalışan araştırmalar yer almaktadır. Ulaşılan bu araştırmaların özet bilgileri kronolojik sıra izlenerek oluşturulmuştur.

Kartal (2007) çalışmasında ortaöğretim 10. sınıf öğrencilerine verilen medya okuryazarlığı eğitiminin, öğrencilerin televizyon dizilerindeki mesajları algılamalarına etkisini belirlemeyi çalışmıştır. Bu çalışmada, kontrol gruplu ön ve son test deneysel araştırma modeli kullanılmıştır. Çalışma grubunu Çanakkale Lisesi 10. sınıf öğrencilerinden 20 deney grubu ve 20 kontrol grubu öğrencisi oluşturmaktadır. Araştırma sonucunda medya okuryazarlığı eğitiminin, öğrencilerde medya mesajlarına karşı farkındalık geliştirdiği, medya mesajlarına karşı eleştirel bakış açısı kazandırdığı, televizyon dizilerindeki mesajları analiz edip, değerlendirme becerisi kazandırdığı sonucuna ulaşılmıştır.

Karataş (2008) çalışmasında öğretmen adaylarının görüşlerine göre, öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeylerini belirlemeyi amaçlamıştır. Araştırmanın çalışma grubunu Sınıf Öğretmenliği, Türkçe Öğretmenliği ve Sosyal Bilgiler Öğretmenliği öğrencilerinden oluşan 560 öğretmen adayları oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplama aracı olarak araştırmacı tarafından geliştirilen “Medya Okuryazarlık Ölçeği” kullanılmıştır. Verilerin istatistiksel çözümlerinde SPSS (Sosyal Bilimler İçin İstatistik Yazılımı) paket programı kullanılmıştır. Araştırma sonucunda öğretmen adaylarının liseden mezun oldukları puan türü, bilgisayar sahipliği, gazete okumaları, TV izleme sıklıkları ve internet kullanım sıklıklarının medya okuryazarlık düzeyi üzerinde etkili olduğu bulunmuştur.

Bütün (2010) çalışmasında Samsun ilinin farklı ilköğretim okullarında görev yapan Sosyal Bilgiler Öğretmenleri (6), öğrencileri (6) ve velileri (6) ile görüşmeler yapmıştır. Verilerin analizinde betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Araştırma sonucunda medya okuryazarlığı dersinin öğrencilerin medyayı takip etme şekillerinde herhangi bir farklılığa neden olmadığı ve öğrencilerin medya okuryazarlığı dersini sıkıcı buldukları belirlenmiştir.

İnan (2010) çalışmasında öğretmen adaylarının Medya Okuryazarlığı dersine ilişkin görüşlerinin ve medya okuryazarlık düzeylerinin belirlenmesini amaçlamıştır. Çalışma grubunu Sınıf Öğretmenliği ve Sosyal Bilgiler Öğretmenliğinde okumakta olan öğrenciler (480) oluşturmaktadır. Araştırmacı tarafından hazırlanan “Öğretmen Adaylarının Medya Okuryazarlık Düzeyleri ve Medya Okuryazarlığına İlişkin Görüşlerini” tespiti yönelik anket formu ile veriler toplanmış ve farklı istatistik teknikler kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda öğretmen adaylarının medya mesajlarına karşı tepkisel yaklaşımlarının düşük seviyede olduğu, haberleri farklı kaynaklardan takip ettikleri, çevresindekileri medyaya karşı bilinçlendirmedikleri ve medya okuryazarlığı dersinin gerekliliğine inandıkları tespit edilmiştir.

Çelik’in (2011) araştırmasının amacı, Sosyal Bilgiler Öğretmenliği 3. sınıf öğretmen adaylarının çok kültürlü tutum geliştirmelerine ve öğretmen niteliklerine Medya Okuryazarlığı dersinin etkisini incelemektir. Çalışma grubunu 3. sınıfta okuyan 102 Sosyal Bilgiler Öğretmen adayı oluşturmaktadır. Araştırmada öntest-sontest

kullanılmıştır. Araştırma verilerinin toplanması için deney ve kontrol grubundaki öğretmen adaylarına, dönemin başında ve sonunda çok kültürlü öğretmen tutum ölçeği uygulanmış ve verilerin analizinde SPSS’den yararlanılmıştır. Araştırma sonucunda kontrol grubunun öntest-sontest puanları arasında anlamlı bir fark bulunmazken deney grubunun öntest-sontest puanları arasında anlamlı bir fark bulunmuştur.

Çinelioglu’nun (2013) çalışmasının amacı Sosyal Bilgiler Öğretmen adaylarının medyadaki şiddet sunumlarına bakış açılarında medya okuryazarlık dersinin etkisini belirlemektir. Çalışma Balıkesir ve Denizli Üniversitesi’nin eğitim fakültelerinde öğrenim gören 406 Sosyal Bilgiler Öğretmen adayına uygulanmıştır. Araştırmacı tarafından geliştirilen “Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Medyadaki Şiddet Sunumlarına Yönelik Tutum Ölçeği” adında tutum ölçeği ile veriler toplanmış ve SPSS programında analizler yapılmıştır. Araştırmanın sonucunda öğretmen adaylarının çoğunun medya okuryazarlığı dersini aldığı ve bu öğretmen adaylarının medya okuryazarlık dersine olan tutumlarının dersi almamış öğretmen adaylarına göre yüksek olduğu belirlenmiştir.

Ertek (2013) çalışmasında sınıf öğretmenlerinin medya okuryazarlık düzeylerini belirlemeyi amaçlamaktadır. Çalışmanın örneklemini 2012-2013 öğretim yılında Keçiören ilçesinde görev yapan 427 sınıf öğretmeni oluşturmaktadır. Verilerin toplanmasında Karataş tarafından geliştirilen “Medya Okuryazarlık Düzey Belirleme Ölçeği” kullanılmıştır. Veri analizinde frekans, yüzde, t testi ve Anova testinden yararlanılmıştır. Araştırmada, öğretmenlerin medya okuryazarlık düzeyleri yaş ve mesleki kıdemlerine göre farklılık göstermektedir. Öğretmenlerin büyük bir çoğunluğunun yüksek düzeyde medya okuryazarı olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tuncer’in (2013) çalışması 2010-2011 eğitim-öğretim yılında Dokuz Eylül Üniversitesi ve Ege Üniversitesi eğitim fakültelerinde eğitim gören 705 öğrenciyle yapılmıştır. Karataş tarafından hazırlanan “Medya Okuryazarlık Düzey Belirleme Ölçeği” uygulanmıştır. Veriler SPSS 17.0 programı ve diğer istatistiki yöntemler ile analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda eğitim fakültesi öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeylerinin yüksek düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca öğrencilerin medya okuryazarlık düzeylerinin cinsiyete, öğretim türüne, mezun olunan liseye, bilgisayara ve internete sahip olma durumlarına göre farklılaştığı görülmüştür.

Yazgan'ın (2013) araştırmasında, öğretmen adaylarının, medya okuryazarlık düzeyleri ile aktif vatandaşlığın demokratik değerler arasında bir ilişki olup olmadığını incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışmada karma yöntem kullanılmıştır. Nicel boyutun örnekleminde 1066, nitel boyutta ise 26 öğretmen adayı araştırmaya dahil edilmiştir. Araştırmada veri toplama aracı olarak, “Öğrenci Profil Anketi, Temel Vatandaş Yeterlilikleri Ölçeği, Aktif Vatandaşlık Demokratik Değerler Ölçeği ve Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu” kullanılmıştır. Elde edilen nicel veriler betimsel istatistikler ve SPSS 13.0 paket programında analiz edilirken nitel veriler içerik analizine tabi tutulmuştur. Araştırma sonucunda öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeylerinin iletişimsel yetenekler boyutunun, diğer boyutlara göre daha düşük olduğu, medya okuryazarlık düzeyleri ile aktif vatandaşlık düzeyleri arasında anlamlı ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Yılmaz'ın (2013) araştırmasının çalışma grubunu sınıf öğretmeni adayları (579) oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplamak amacıyla araştırmacı tarafından geliştirilen “Eleştirel Okuryazarlık Ölçeği” ve Özgen ve Korkmaz (2011) tarafından geliştirilen “Medya ve Televizyon Okuryazarlık Düzeyleri Ölçeği” kullanılmıştır. Araştırmanın sonucunda kız öğrencilerin erkek öğrencilere göre daha fazla gazete ve dergi takip ettikleri, anne-baba eğitim durumlarının dergi takip etme alışkanlıklarında önemli olduğu görülmüştür.

Tan (2015) çalışmasında belge inceleme ve görüşme teknikleri kullanarak nitel bir çalışma gerçekleştirmiştir. Araştırmanın grubunu medya okuryazarlığı dersi alan öğrenciler (25), öğrenci velileri (10) ve medya okuryazarlığı dersi veren öğretmenler (10) oluşturmaktadır. Veriler “Belge İnceleme” ve “Görüşme” teknikleri kullanılarak elde edilmiştir. Verilerin çözümlenmesinde içerik analizi kullanılmıştır. Araştırma sonucunda medya okuryazarlığı dersinin; medya kullanıcı bireylerin ilgi ve gereksinimleri doğrultusunda program geliştirme, öğretmen yetiştirme, veli işbirliğini sağlama, okulların teknolojik altyapısını oluşturma alanlarındaki eksiklikler nedeniyle medya kullanıcısı bireylerin teknik ve eleştirel yeterliklerini geliştiremediği ortaya konulmuştur.

Yiğit'in (2015) çalışmasının örneklemini, 2013-2014 eğitim-öğretim yılında İzmit ilçesinde görev yapmakta olan 159 sınıf öğretmeni oluşturmaktadır. Çalışmada



Kökdemir (2003) tarafından Türkçe'ye uyarlanarak geçerlilik ve güvenilirlik çalışmaları yapılan "California Eleştirel Düşünme Eğilimi Ölçeği" ve Korkmaz ve Yeşil (2011) tarafından geliştirilen "Medya ve Televizyon Okuryazarlık Düzeyleri Ölçeği" kullanılmıştır. Toplanan veriler çeşitli nicel analizler yapılarak analiz edilmiştir. Araştırmanın sonucunda öğretmenlerin medya okuryazarlık düzeylerinde cinsiyet değişkeninin kadın öğretmenlerin lehine, bağımlılık değişkeninin ise erkek öğretmenlerin lehine olduğu tespit edilmiştir. Sınıf öğretmenlerinin medya ve televizyon okuryazarlık düzeyleri ile eleştirel düşünme eğilimleri orta düzeydedir.

Tatar'ın (2016) araştırmasının amacı, öğretmen adaylarının medya okuryazarlığı düzeyleri ile çevrimiçi bilgi araştırma stratejileri düzeylerinin çeşitli değişkenler açısından incelenerek, aralarındaki olası bir ilişkinin incelenmesidir. Çalışma 2015-2016 eğitim-öğretim yılı bahar döneminde Anadolu Üniversitesi eğitim fakültesindeki öğrencilerle gerçekleştirilmiştir. Çalışma grubunu 12 farklı bölümünde 4. sınıf düzeyindeki öğretmen adayları (1858) oluşturmaktadır. Araştırmanın verileri Tsai (2009) tarafından geliştirilen ve Aşkar ve Mazman (2013) tarafından Türkçe'ye uyarlanan "Çevrimiçi Bilgi Arama Stratejileri Envanteri" ve Karaman ve Karataş (2009) tarafından geliştirilen "Medya Okuryazarlık Düzey Belirleme Ölçeği" kullanılarak toplanmıştır. Araştırma sonucunda öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeylerinin yüksek, çevrimiçi bilgi arama stratejileri düzeylerinin ise orta düzeyde olduğu tespit edilmiştir.

Özel'in (2018) çalışmasının amacı sosyal bilgiler öğretmen adaylarının medya okuryazarlık algılarının çeşitli değişkenlere göre farklılaşıp farklılaşmadığını incelemektir. Bu amaçla araştırmacı tarafından "Medya Okuryazarlık Algı Ölçeği" geliştirilmiş ve uygulanmıştır. Araştırma betimsel tarama modelinde desenlenmiştir. Araştırmanın çalışma grubunu 2016-2017 eğitim-öğretim yılında öğrenim gören Sosyal Bilgiler Öğretmen adayları (1000) oluşturmaktadır. Elde edilen araştırma verilerinin çözümlenmesinde ve yorumlanmasında, One-Way Anova Testi ve t-Testi analizleri kullanılmıştır. Araştırmanın sonucunda öğretmen adaylarının, genel olarak medya okuryazarlık algılarının yüksek seviyede olduğu tespit edilmiştir.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### III. YÖNTEM

Çalışmanın bu bölümünde; araştırmanın deseni, araştırmanın evren ve örnekleme, veri toplama araçları, verilerin toplanması ve analizine ilişkin açıklamalar yer almaktadır.

#### 3.1 Araştırmanın Modeli

Coğrafya bölümü lisansüstü öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeylerini tespit etmek amacıyla hazırlanan bu çalışmada karma yöntem kullanılmıştır. Karma yöntemde nitel ve nicel veriler bir arada kullanılarak çalışmanın güvenilirliği daha fazla sağlanmaya çalışılmaktadır. Özellikle son zamanlarda karma yöntemli çalışmalara doğru araştırmacıların yöneldiği görülmektedir. Creswel ve Plano Clark (2007) karma yöntemi dörde ayırmaktadır. Bunlardan biri de zenginleştirilmiş desendir. Bu desende araştırmacı nitel ve nicel verileri eş zamanlı toplar. Daha sonra bu bulguları kullanarak verilerin birbirini destekleyip desteklemediğini tespit eder. Böylece yöntem zenginleştirilmiş olur (aktaran; Büyüköztürk, Kılıç, Akgün, Karadeniz ve Demirel, 2016, s. 258). Çalışmamızda karma yöntemden zenginleştirilmiş desen kullanılmıştır.

#### 3.2 Araştırmanın Evren ve Örnekleme

Araştırmanın evrenini 2017-2018 yılı bahar ve 2018-2019 yılı güz döneminde Ondokuz Mayıs Üniversitesi coğrafya bölümünde bulunan 95 lisansüstü öğrencisi oluşturmaktadır. Bu öğrencilerden 77'si yüksek lisans, 18'i doktora öğrencisidir. Araştırmanın evreninin fazla büyük olmaması sebebiyle öğrencilerin tamamına ulaşılmaya çalışılmıştır. Lisansüstü öğrencilerinden 30'una ölçme aracının çıktısı alınarak elden verilmiş, 65'ine ise internet üzerinden form hazırlanıp e-postalarına gönderilmiştir. Ancak geri dönüt yapan 54 öğrenci olmuştur. Bu öğrencilerde çalışmanın örneklemini oluşturmuştur. Katılımcılardan 42'si yüksek lisans, 12'si ise doktora öğrencisidir.

### 3.2.1 Örnekleme Ait Kişisel Bilgiler

Çalışmaya katılan coğrafya bölümü lisansüstü öğrencilerinin kişisel özelliklerine aşağıdaki tablolarda yer verilmiştir.

Tablo 2: Coğrafya Bölümü Lisansüstü Öğrencilerinin Cinsiyet Durumları

Cinsiyet	Kişi	%
Erkek	39	72,2
Kadın	15	27,8
Toplam	54	100,0

Tablo 2’de araştırmaya 54 lisansüstü öğrencisinin katıldığı görülmektedir. Bunlardan 39’unu erkek 15’ini kadın öğrenci oluşturmaktadır. Doktora öğrencilerinin içerisinde hiç kadın katılımcı bulunmamaktadır.

Tablo 3: Coğrafya Bölümü Lisansüstü Öğrencilerinin Yaş Durumları

Yaş Dağılımı	Kişi	%
22-25 yaş arası	22	40,7
26-29 yaş arası	18	33,3
30-33 yaş arası	9	16,7
34 yaş ve üzeri	5	9,3
Toplam	54	100,0

Tablo 3’de görüldüğü gibi araştırmaya katılan 54 öğrenciden; 22 öğrenci 22-25 yaş grubunda, 18 öğrenci 26-29 yaş grubunda, 9 öğrenci 30-33 yaş grubunda, 5 öğrenci ise 34 yaş ve üzerinde yer almaktadır. Yüksek lisans öğrencilerinin 22-25 yaş grubu arasında, doktora öğrencilerinin ise 26-29 yaş grubu arasında yoğunlaştığı görülmüştür.

Tablo 4: Coğrafya Bölümü Lisansüstü Öğrencilerinin Mezun Oldukları Lisans Programları

Program	Kişi	%
Coğrafya	40	74,1
Coğrafya öğretmenliği	8	14,8
Diğer	6	11,1
Toplam	54	100,0

Tablo 4’de görüldüğü gibi araştırmaya katılan 54 öğrenciden 40’ı fen edebiyat fakültesi coğrafya bölümünden mezun olurken, 8’i eğitim fakültesi coğrafya öğretmenliği bölümünden mezun olmuştur. Öğrencilerden 6’sı ise diğer lisans programlarından mezun olmuştur.

Tablo 5: Coğrafya Bölümü Lisansüstü Öğrencilerinin Eğitim Düzeyleri

Düzy	Kişi	%
YL Ders Dönemi	16	29,6
YL Tez Dönemi	26	48,1
Dr. Ders Dönemi	3	5,6
Dr. Tez Dönemi	9	16,7
Toplam	54	100,0

Tablo 5’de katılımcıların 42’sini yüksek lisans öğrencisi, 12’sini doktora öğrencisi oluşturduğu görülmektedir. Yüksek lisans öğrencilerinden 16’sı ders döneminde iken 26’sı tez döneminde eğitimine devam etmektedir. Doktora öğrencilerinden ise 3’ü ders dönemi, 9’u tez döneminde bulunmaktadır. Araştırmaya katılan öğrencilerin %64,8’inin tez döneminde olduğu görülmektedir.

Tablo 6: Coğrafya Bölümü Lisansüstü Öğrencilerinin Medeni Durumları

Cinsiyet	Kişi	%
Bekâr	38	70,4
Evli	16	29,6
Toplam	54	100,0

Tablo 6’da görüldüğü gibi katılımcılardan 38’i bekâr öğrenci, 16’sı evli öğrencidir. Evli bulunan öğrencilerin 6’sı doktora öğrencisi, 10’u yüksek lisans öğrencisidir. Öğretmen ve akademisyen olarak görev yapan öğrencilerin evli olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 7: Coğrafya Bölümü Lisansüstü Öğrencilerinin Meslek Durumları

Düzey	Kişi	%
Öğretmen	19	35,2
Akademisyen	4	7,4
Diğer	7	13,0
Çalışmıyor	24	44,4
Toplam	54	100,0

Tablo 7’de 54 katılımcıdan 19’u öğretmen, 4’ü akademisyen, 7’si diğer meslek gruplarında çalıştığı görülmektedir. Çalışmayan öğrenci sayısı ise 24’tür. Akademisyenleri doktora öğrencileri oluşturmaktadır. Çalışmayan öğrenciler yüksek lisans düzeyindedir.

### 3.3 Veri Toplama Araçları

Veri toplamada kullanılan medya okuryazarlığı ölçeği (Ek 1) üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde araştırmaya katılan lisansüstü öğrencilerinin kişisel özelliklerini ve medya okuryazarlığı kavramı hakkındaki bilgilerini tespiti yönelik sorulara yer verilmiştir.

İkinci bölümde Karataş tarafından 2007-2008 eğitim-öğretim yılında Uşak Eğitim Fakültesi’ndeki öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeylerini belirlemek

amacıyla geliştirilen “Medya Okuryazarlık Ölçeği” yer almaktadır. Onyedii maddeden oluşan bu ölçek gerekli izin alınarak (Ek 2) coğrafya bölümü lisansüstü öğrencilerine uygulanmıştır. Ölçme aracının güvenilirliğine yönelik olarak Cronbach Alfa değeri 0,840 olarak bulunmuştur. Yapı geçerliliğini belirlemek için yapılan faktör analizi sonucunda 3 alt faktör oluşturulmuştur. Birinci boyuta farkında olma, “bilgi sahibi olma”, ikinci boyuta “analiz edebilme, tepki oluşturabilme”, üçüncü boyuta ise “yargılayabilme, örtük mesajları görebilme” adı verilmiştir. Cronbach Alfa değerleri birinci boyutta 0,721, ikinci boyutta 0,705, üçüncü boyutta ise 0,680 olarak tespit edilmiştir (Karataş, 2008, s. 41, 44).

Ölçme aracının üçüncü bölümünde ise araştırmacı tarafından hazırlanan coğrafya bölümü lisansüstü öğrencilerinin kendi alanları ile ilgili televizyon programlarını, magazin ve bilimsel coğrafya dergilerini, bilimsel olmayan kitapları, gazeteleri, sosyal medya ağlarını, internet sitelerini takip etme ve bilimsel yayın yapma sıklığı durumlarına yönelik açık uçlu sorular yer almaktadır. Açık uçlu sorular hazırlanırken literatür taraması yapılarak coğrafya bölümü lisansüstü öğrencilerinin alanları ile ilgili medya okuryazarlık düzeylerinin ortaya konulmasına yönelik bir soru havuzu oluşturulmuştur. Bu soru havuzundan araştırmanın amacına yönelik olarak toplam 11 soru seçilmiştir. Seçilen soruların kapsam geçerliğini sorgulamak amacıyla ilk önce 15 yüksek lisans öğrencisine uygulanmıştır. Daha sonra uzman görüşüne başvurularak soru sayısı 8’e düşürülmüştür. Coğrafya alanı ile ilgili açık uçlu sorulara son şekli verilerek etik kurula teslim edilmiştir.

### **3.4 Verilerin Analizi**

Araştırma verileri 2017-2018 yılı bahar ve 2018-2019 yılı güz döneminde toplanmıştır. Çalışmaya katılan öğrencilerin 25’ine ölçek elden verilmiştir. Geriye kalan 29 öğrenciye internet aracılığıyla ölçek formu gönderilmiştir. Toplanan araştırma verileri nitel ve nicel yaklaşımlara özgü teknikler kullanılarak analiz edilmiştir.

Veri toplama aracımızın ikinci bölümünü oluşturan medya okuryazarlık ölçeğine ait veriler SPSS 22 programı kullanılarak analiz edilmiştir. Verileri değerlendirilirken frekans, sayı, yüzde, ortalama, standart sapma ayrıca iki grup karşılaştırmalarında t-testi, iki gruptan fazla karşılaştırmalarda ise tek yönlü varyans analizi kullanılmıştır.

Tablo 8: Ölçeğin Ortalama Puanlarına İlişkin Normallik Değerleri

N	Kolmogorov-Smirnov	Skewness	Kurtosis
51	,085	-,240	-,542

Tablo 8 incelendiğinde çarpıklık ve basıklık katsayılarının +1,5 ile -1,5 aralığında olması verilerin normallik değerlerini sağladığını göstermektedir (Tabachnick ve Fidell, 2015). Ayrıca Kolmogorov-Smirnov değerlerinin 0,05 düzeyinde anlamlı olmadığı yani verilerin normal dağıldığı görülmektedir ( $p>0.05$ ). Katılımcılardan 3 kişinin (8, 13 ve 14) puanları uç değer olarak çıktığı için onlar istatistik analizine dâhil edilmemiştir. Ayrıca elde edilen bulgular %95 güven aralığında, %5 anlamlılık düzeyinde değerlendirilmiştir.

Ölçeğin üçüncü bölümünde bulunan açık uçlu sorulara ait veriler içerik analizi ile değerlendirilmiştir. “İçerik analizi belirli kurallara dayalı kodlamalarla bir metnin bazı sözcüklerinin daha küçük içerik kategorileri ile özetlendiği sistematik yinelenebilir bir teknik olarak tanımlanır” (Büyüköztürk, Kılıç, Akgün, Karadeniz ve Demirel, 2008, s. 263). Başka bir deyişle içerik analizinde temelde yapılan işlem, birbirine benzeyen verileri belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirmek ve bunları okuyucunun anlayabileceği bir biçimde düzenleyerek yorumlama işlemidir (Yıldırım ve Şimşek 2013, s. 259). Çalışmada içerik analizine tabi tutulan veriler ilk önce araştırmacı tarafından birkaç defa okunmuştur. Araştırmanın amacı çerçevesinde ve bir bütün oluşturacak şekilde veri kodlama işlemi tamamlanmıştır. Oluşturulan kodlardan yola çıkılarak birbiriyle anlamlı ve bir bütün oluşturacak kodlar bir araya getirilerek temalar oluşturulmuştur. Oluşturulan kod ve temalar tekrar gözden geçirilerek tablolara aktarılmıştır.

## DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

### IV. BULGULAR

Çalışmanın bu bölümünü alt problem cümlelerinin cevapları şekillendirilmiştir. Coğrafya bölümü lisansüstü öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeyleri ve bu durum üzerinde etkili olan faktörler ortaya konulmuştur. Ayrıca öğrencilerin medya okuryazarlığı ile ilgili açık uçlu sorulara verdikleri cevaplar da bu bölümde ele alınmıştır.

#### 4.1 Birinci Alt Probleme İlişkin Bulgular

Tablo 9: Coğrafya Bölümü Lisansüstü Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Düzeyleri

Boyutlar	Medya Okuryazarlık Düzeyi	N	Min.	Max.	$\bar{x}$
	Kitle iletişim araçlarında yer alan mesajların doğruluğuna ve yanlışlığına kendim karar verebilirim.	51	2,00	5,00	4,0388
	Kitle iletişim araçları tarafından üretilen tüketim kültürü, şiddet vb. değerlerin farkına varırım.	51	3,00	5,00	4,3589
	Kitle iletişim araçlarının politik, ekonomik, kültürel, önceliklerinin olduğunu fark ederim.	51	3,00	5,00	4,3381
Farkında olma, Bilgi sahibi olma	Mesajların hangi amaçlarla (sosyal, sorumluluk, tüketim, bilgi verme, eğlendirme vb.) oluşturulduğunu fark ederim.	51	3,00	5,00	4,1990
	Kitle iletişim araçlarındaki yayınların olumlu ve olumsuz yanlarını belirlerim.	51	2,00	5,00	4,0988
	Kitle iletişim araçlarıyla verilen mesajlara eleştirel bir bakış açısıyla bakarım.	51	2,00	5,00	4,1391
	Kitle iletişim araçlarının bireyleri nasıl etkilediği konusunda yeterliliğe sahibim	51	2,00	5,00	4,0388
	Ortalama				4,1730
	Kitle iletişim araçlarının yayınlarında kanuni ve etik kurallara bağlı kalınıp kalınmadığını takip ederim.	51	1,00	5,00	3,2201



	Kitle iletişim araçlarında yanlış habercilik yapıldığının hemen farkına varırım.	51	1,00	5,00	4,1587
	Kitle iletişim araçlarındaki yayınların olumsuzluklarından korunma konusunda önerilerde bulunurum.	51	1,00	5,00	3,4798
Analiz edebilme, Tepki oluşturabilme	Kitle iletişim araçlarındaki mesajlara olumlu ve olumsuz tepki veririm.	51	1,00	5,00	3,5194
	Verilen mesajların farklı kitle iletişim araçlarında farklı biçimlerde oluşturulduğunu bilirim.	51	1,00	5,00	3,8994
	Birey olarak kitle iletişim araçlarındaki üretim sürecine ne kadar etkim olabileceğini bilirim.	51	1,00	5,00	3,3596
	Ortalama				3,6061
	Kitle iletişim araçlarının aktardığı örtük (geri planda kalan) mesajların farkına varırım.	51	2,00	5,00	3,7399
Yargılayabilme, Örtük mesajları görebilme	Kitle iletişim araçlarıyla verilen mesajlardaki anlamları çözümlemede yeterliliğe sahibim.	51	2,00	5,00	4,0189
	Kitle iletişim araçlarında yapılan gizli reklamı fark ederim.	51	2,00	5,00	3,8997
	Sponsorların yayın üzerindeki etkisini gözlemleyebilirim.	51	2,00	5,00	3,8594
	Ortalama				3,8794
	Genel Ortalama				3,8861

Tablo 9’da görüldüğü gibi coğrafya bölümü lisansüstü öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeyleri ölçek maddelerine verdikleri cevapların aritmetik ortalamaları göre 3,2201 ile 4,3589 arasında değişmektedir. Aritmetik ortalaması en yüksek madde “kitle iletişim araçları tarafından üretilen tüketim kültürü, şiddet vb. değerlerin farkına varırım” ( $\bar{x}=4,3589$ ) iken en düşük madde “kitle iletişim araçlarının yayınlarında kanuni ve etik kurallara bağlı kalınıp kalınmadığını takip ederim” ( $\bar{x}=3,2201$ ) olmuştur. En yüksek medya okuryazarlık düzeyinin “farkında olma, bilgi sahibi olma” boyutunda olduğu ( $\bar{x}=4,1730$ ), en düşük medya okuryazarlık düzeyinin ise “analiz

edebilme, tepki oluşturabilme” boyutunda olduğu ( $\bar{x}=3,6061$ ) tespit edilmiştir. Coğrafya bölümü lisansüstü öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeylerinin ortalamasının üzerinde olduğu görülmüştür ( $\bar{x}=3,8861$ ).

#### 4.2 İkinci Alt Probleme İlişkin Bulgular

Aşağıda “coğrafya bölümü lisansüstü öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeyleri; cinsiyet, yaş, mezun oldukları lisans düzeyi, medeni hali, eğitim düzeyi, meslek durumu, medya okuryazarlığı kavramı hakkında bilgi sahibi olma durumları değişkenlerine göre farklılık göstermekte midir?” alt problem cümlesine ilişkin verilere yer verilmiştir.

##### 4.2.1 Coğrafya Bölümü Lisansüstü Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Düzeyleri ile Cinsiyetleri Arasındaki İlişkiye İlişkin Bulgular

Tablo 10: Coğrafya Bölümü Lisansüstü Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Düzeyleri ile Cinsiyetleri Arasındaki İlişkiye İlişkin Bağımsız t-Testi Sonuçları

Boyutlar	Cinsiyet	N	$\bar{x}$	S	sd	T	p
Farkında olma, Bilgi sahibi olma	Erkek	37	4,1892	,52170	49	,292	,772
	Kadın	14	4,1429	,45865			
Analiz edebilme, Tepki oluşturabilme	Erkek	37	3,7027	,60748	49	1,339	,187
	Kadın	14	3,4167	,85172			
Yargılayabilme, Örtük mesajları görebilme	Erkek	37	3,8851	,65244	49	-,130	,897
	Kadın	14	3,9107	,55128			
Ortalama Puanlar	Erkek	37	3,9459	,49027	49	,716	,477
	Kadın	14	3,8319	,55174			

Tablo 10’a bakıldığında; coğrafya bölümü lisansüstü öğrencilerinin cinsiyetleri ile medya okuryazarlık durumları arasında anlamlı farkın olmadığı görülmektedir ( $p<0,477$ ). Medya okuryazarlığı ölçeğinin “farkında olma, bilgiye sahip olma”, “analiz edebilme ve tepkide bulunma”, “yargılayabilme, örtük mesajları görebilme” boyutlarında cinsiyete göre anlamlı farklılığa rastlanmamıştır. Ayrıca erkek öğrenci ( $\bar{x}=3,9459$ ) ile kadın öğrenci ( $\bar{x}=3,8319$ ) arasındaki ortalama puanda da anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

#### 4.2.2 Coğrafya Bölümü Lisansüstü Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Düzeyleri ile Yaşları Arasındaki İlişkiye İlişkin Bulgular

Tablo 11: Coğrafya Bölümü Lisansüstü Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Düzeyleri ile Yaşları Arasındaki İlişkiye Yönelik Tek Yönlü Varyans Analizi (Anova) Sonuçları

Boyutlar	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	p
Farkında olma, Bilgi sahibi olma	Gruplar arası	,744	3	,248	,987	,407
	Gruplar içi	11,811	47	,251		
	Toplam	12,555	50			
Analiz edebilme, Tepki oluşturabilme	Gruplar arası	1,467	3	,489	1,041	,383
	Gruplar içi	22,080	47	,470		
	Toplam	23,547	50			
Yargılayabilme, Örtük mesajları görebilme	Gruplar arası	,346	3	,115	,286	,835
	Gruplar içi	18,936	47	,403		
	Toplam	19,282	50			
Ortalama Puanlar	Gruplar arası	,107	3	,036	,132	,940
	Gruplar içi	12,636	47	,269		
	Toplam	12,743	50			

Tablo 11'e bakıldığında; coğrafya bölümü lisansüstü öğrencilerinin yaşları ile medya okuryazarlık durumları arasında anlamlı farkın olmadığı görülmektedir ( $F=0,132$ ;  $p<0,940$ ). Medya okuryazarlığı ölçeğinin “farkında olma, bilgiye sahip olma”, “analiz edebilme ve tepkide bulunma”, “yargılayabilme, örtük mesajları görebilme” boyutlarında yaşa göre anlamlı farklılığa rastlanmamıştır.

### 4.2.3 Coğrafya Bölümü Lisansüstü Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Düzeyleri ile Mezun Oldukları Lisans Programları Arasındaki İlişkiye İlişkin Bulgular

Tablo 12: Coğrafya Bölümü Lisansüstü Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Düzeyleri ile Mezun Oldukları Lisans Programları Arasındaki İlişkiye Yönelik Tek Yönlü Varyans Analizi (Anova) Sonuçları

Boyutlar	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ort.	F	p
Farkında olma, Bilgi sahibi olma	Gruplar arası	,437	2	,218	,865	,427
	Gruplar içi	12,118	48	,252		
	Toplam	12,555	50			
Analiz edebilme, Tepki oluşturabilme	Gruplar arası	,650	2	,325	,681	,511
	Gruplar içi	22,897	48	,477		
	Toplam	23,547	50			
Yargılayabilme, Örtük mesajları görebilme	Gruplar arası	1,834	2	,917	2,522	,091
	Gruplar içi	17,448	48	,364		
	Toplam	19,282	50			
Ortalama Puanlar	Gruplar arası	,705	2	,352	1,405	,255
	Gruplar içi	12,038	48	,251		
	Toplam	12,743	50			

Tablo 12'ye bakıldığında; coğrafya bölümü lisansüstü öğrencilerinin mezun oldukları lisans programları ile medya okuryazarlık durumları arasında anlamlı farkın olmadığı görülmektedir ( $p < 0,255$ ). Medya okuryazarlığı ölçeğinin “farkında olma, bilgiye sahip olma”, “analiz edebilme ve tepkide bulunma”, “yargılayabilme, örtük mesajları görebilme” boyutlarında mezun oldukları lisans programlarına göre anlamlı farklılığa rastlanmamıştır.

#### 4.2.4 Coğrafya Bölümü Lisansüstü Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Düzeyleri ile Eğitim Düzeyleri (Yüksek Lisans, Doktora) Arasındaki İlişkiye İlişkin Bulgular

Tablo 13: Coğrafya Bölümü Lisansüstü Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Düzeyleri ile Eğitim Düzeyleri Arasındaki İlişkiye Yönelik Tek Yönlü Varyans Analizi (Anova) Sonuçları

Boyutlar	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p
Farkında olma, Bilgi sahibi olma	Gruplar arası	,858	3	,286	1,150	,339
	Gruplar içi	11,696	47	,249		
	Toplam	12,555	50			
Analiz edebilme, Tepki oluşturabilme	Gruplar arası	1,193	3	,398	,836	,481
	Gruplar içi	22,353	47	,476		
	Toplam	23,547	50			
Yargılayabilme, Örtük mesajları görebilme	Gruplar arası	,733	3	,244	,619	,606
	Gruplar içi	18,549	47	,395		
	Toplam	19,282	50			
Ortalama Puanlar	Gruplar arası	,038	3	,013	,047	,986
	Gruplar içi	12,704	47	,270		
	Toplam	12,743	50			

Tablo 13'e bakıldığında; coğrafya bölümü lisansüstü öğrencilerinin eğitim düzeyleri ile medya okuryazarlık durumları arasında anlamlı farkın olmadığı görülmektedir ( $F=0,47$ ;  $p<0,986$ ). Medya okuryazarlığı ölçeğinin “farkında olma, bilgiye sahip olma”, “analiz edebilme ve tepkide bulunma”, “yargılayabilme, örtük mesajları görebilme” boyutlarının hiçbirinde eğitim düzeyine göre anlamlı farklılığa rastlanmamıştır.

#### 4.2.5 Coğrafya Bölümü Lisansüstü Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Düzeyleri ile Medeni Durumları Arasındaki İlişkiye İlişkin Bulgular

Tablo 14: Coğrafya Bölümü Lisansüstü Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Düzeyleri ile Medeni Durumları Arasındaki İlişkiye İlişkin Bağımsız t-Testi Sonuçları.

Boyutlar	Medeni Hal	N	$\bar{x}$	S	sd	t	p
Farkında olma, Bilgi sahibi olma	Bekâr	36	4,2103	,49427	49	,744	,460
	Evli	15	4,0952	,52535			

Analiz edebilme, Tepki oluşturabilme	Bekâr	36	3,5185	,70798	49	-1,738	,089
	Evli	15	3,8778	,57551			
Yargılayabilme, Örtük mesajları	Bekâr	36	3,8472	,66084	49	-,798	,429
	Evli	15	4,0000	,51755			
Görebilme Ortalama Puanlar	Bekâr	36	3,8807	,52075	49	,740	,463
	Evli	15	3,9961	,47136			

Tablo 14’de coğrafya bölümü lisansüstü öğrencilerinin medeni halleri ile medya okuryazarlık durumları arasında anlamlı farkın olmadığı görülmektedir (F=740, p<0,463). Medya okuryazarlığı ölçeğinin “farkında olma, bilgiye sahip olma”, “analiz edebilme ve tepkide bulunma”, “yargılayabilme, örtük mesajları görebilme” boyutlarında medeni duruma göre anlamlı farklılığa rastlanmamıştır. Ayrıca bekâr öğrenci ( $\bar{x}$  =3,8807) ile evli öğrenci ( $\bar{x}$  =3,9961) arasında ortalama puanda anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

#### 4.2.6 Coğrafya Bölümü Lisansüstü Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Düzeyleri ile Meslek Durumları Arasındaki İlişkiye İlişkin Bulgular

Tablo 15: Coğrafya Bölümü Lisansüstü Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Düzeyleri ile Meslek Durumları Arasındaki İlişkiye Yönelik Tek Yönlü Varyans Analizi (Anova) Sonuçları

Boyutlar	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	P
Farkında olma, Bilgi sahibi olma	Gruplar arası	,302	3	,101	,387	,763
	Gruplar içi	12,252	47	,261		
	Toplam	12,555	50			
Analiz edebilme, Tepki oluşturabilme	Gruplar arası	2,791	3	,930	2,107	,112
	Gruplar içi	20,756	47	,442		
	Toplam	23,547	50			
Yargılayabilme, Örtük mesajları görebilme	Gruplar arası	,363	3	,121	,301	,825
	Gruplar içi	18,919	47	,403		
	Toplam	19,282	50			
Ortalama Puanlar	Gruplar arası	,647	3	,216	,837	,480
	Gruplar içi	12,096	47	,257		
	Toplam	12,743	50			

Tablo 15'e bakıldığında; coğrafya bölümü lisansüstü öğrencilerinin meslek durumları ile medya okuryazarlık durumları arasında anlamlı farkın olmadığı görülmektedir ( $F=0,837$ ;  $p<0,480$ ). Medya okuryazarlığı ölçeğinin “farkında olma, bilgiye sahip olma”, “analiz edebilme ve tepkide bulunma”, “yargılayabilme, örtük mesajları görebilme” boyutlarında meslek durumlarına göre anlamlı farklılığa rastlanmamıştır.

#### 4.2.7 Coğrafya Bölümü Lisansüstü Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Düzeyleri ile Medya Okuryazarlığı Kavramı Hakkında Bilgi Sahibi Olma Durumları Arasındaki İlişkiye İlişkin Bulgular

Tablo 16: Coğrafya Bölümü Lisansüstü Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Düzeyleri ile Medya Okuryazarlığı Kavramı Hakkında Bilgi Sahibi Olma Durumları Arasındaki İlişkiye İlişkin Bağımsız t-Testi Sonuçları

Boyutlar	Cinsiyet	N	$\bar{x}$	S	sd	t	p
Farkında olma, Bilgi sahibi olma	Evet	28	4,2092	,47057	49	,511	,612
	Hayır	23	4,1366	,54395			
Analiz edebilme, Tepki oluşturabilme	Evet	28	3,7440	,68566	49	1,389	,171
	Hayır	23	3,4783	,67290			
Yargılayabilme, Örtük mesajları görebilme	Evet	28	3,8929	,57907	49	,009	,993
	Hayır	23	3,8913	,68185			
Ortalama Puanlar	Evet	28	3,9706	,48202	49	871	,388
	Hayır	23	3,8465	,53407			

Tablo 16'da coğrafya bölümü lisansüstü öğrencilerinin medya okuryazarlık kavramı hakkında bilgi sahibi olma durumları ile medya okuryazarlık durumları arasında anlamlı farkın olmadığı görülmektedir ( $F=0,871$ ;  $p<0,388$ ). Medya okuryazarlığı ölçeğinin “farkında olma, bilgiye sahip olma”, “analiz edebilme ve tepkide bulunma”, “yargılayabilme, örtük mesajları görebilme” boyutlarında medya okuryazarlık kavramına ilişkin durumlarına göre anlamlı farklılığa rastlanmamıştır. Ayrıca “Evet” cevabını verenler ( $\bar{x}=3,9706$ ) ile “Hayır” cevabını verenler ( $\bar{x}=3,8465$ ) arasında ortalama puanda anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

### 4.3. Üçüncü Alt Probleme İlişkin Bulgular

Bu alt problemde; “Medya Okuryazarlığı Kavramını Nasıl Tanımlarsınız?” sorusuna verilen cevaplar içerik analizi yöntemi ile değerlendirilmiştir. Tema ve kodlar oluşturulmuştur.

Tablo 17: Lisansüstü Öğrencilerinin Medya Okuryazarlığı Kavramının Tanımına İlişkin Görüşlerine Yönelik Analiz Sonuçları

Tema ve Kodlar	Yüksek Lisans Öğrencileri	f	Doktora Öğrencileri	f	
Okuma	Bilgi edinme	E10, K11, E13, E24, K27, K29, K30, E40, E41, K42	10	E45, E52	2
	Mesajları anlama	E2, E4, E12, E13, E21, E33, K35	7	E46	1
	Fark edebilme	E3, E12, E15, E33, E39	5	E44	1
	Gündemi takip etme	E13, K30, E41	3	E43	1
Yazma	Kişinin ihtiyacına göre kullanması	E2, K11, E20, E21, E24, K29, K34, K36, E38, K42	10	E45	1
	Analiz edebilme	E2, E4, E10, K11, E12, E15, E21, E24, K29, E33, K35, E40, K42	13	E52	1
Değerlendirme	Eleştirel bakabilme	E3, E12, E20, E21, E32, E33	6	-	-
	Yorumlama	E4, E10, E21, K29, K35, K36	6	E46, E52	2

Not: “E” erkek; “K” kadın öğrenci

Medya okuryazarlığı kavramını nasıl tanımlarsınız? şeklinde yöneltilen soruya 54 öğrenciden 29’unun cevap verdiği tablo 17’de görülmüştür. Cevap veren öğrencilerin 24’ü yüksek lisans öğrencisi iken 5’i doktora öğrencisidir. Medya okuryazarlık kavramını tanımlamaya yönelik 25 öğrenci ise cevap vermemiştir.



Lisansüstü öğrencilerinin medya okuryazarlığı kavramının tanımı hakkındaki görüşleri okuma, yazma ve değerlendirme temaları oluşturacak şekilde sınıflandırılmıştır. Okuma teması altında yüksek lisans öğrencilerinin oluşturduğu kodların frekansları en yüksek olandan en düşük olana doğru bilgi edinme (f=10), mesajları anlama (f=7), fark edebilme (f=5) ve gündemi takip etme (f=3) şeklindedir. Doktora öğrencileri ise bilgi edinme (f=2), mesajları anlama (f=1), fark edebilme (f=1) ve gündemi takip etme(f=1) olmuştur. Yazma temasının altında oluşturulan kişilerin ihtiyacına göre kullanması kodunu yüksek lisans öğrencilerinden 10, doktora öğrencilerinden ise 1 kişi ifade etmiştir. Değerlendirme teması altında yüksek lisans öğrencilerinin oluşturduğu kodların frekansları en yüksek olandan en düşük olana doğru; analiz edebilme (f=13), eleştirel bakabilme (f=6) ve yorumlayabilme (f=6) şeklindedir. Doktora öğrencileri ise analiz edebilme (f=1), yorumlayabilme (f=2) olarak tanımlamıştır. Yüksek lisans öğrencilerinin medya okuryazarlığını tanımlarken okuma ve değerlendirme teması etrafında yoğunlaştığı görülmüştür.

- Coğrafya bölümü lisansüstü öğrencilerine “medya okuryazarlığı kavramını nasıl tanımlarsınız?” şeklinde yöneltilen soruya verdikleri cevapların bazıları aşağıda verilmiştir;

**E3** “Medya aracılığıyla gelen bilgilendirmelere karşı dikkatli ve eleştirel bakabilmedir”

**E4** “Sosyal medya, basın yayın organları ve televizyonda yer alan iletileri anlama, yorumlama, analiz edebilme ve değerlendirme yeteneğidir”

**K11** “Medya olarak adlandırdığımız kitle iletişim araçlarının kişinin amaç ve ihtiyaçlarına göre doğru bir şekilde kullanarak, medyada yer alan bilgilerin doğru ve yanlışlığının ayırımını bilerek kendine uygun şekilde kullanabilmesi olarak tanımlanabilir”

**E13** “Medya okuryazarlığı demek medyayı takip edip okumak demektir”.

**E15** “Medyada bizi manipüle edebilecek olayları fark edip, tarafı doğruları eleyebilme becerisi olarak tanımlıyorum”

**E20** “Kitle iletişim araçlarını olumlu olacak, fayda sağlayacak şekilde kullanmayı öğrenmek. Kitle iletişim araçlarının kölesi değil, efendisi olabilme bilincine sahip olmaktır”

**E21** “Medyanın diliyle okuyup yazabilme becerisidir. İstenilen bilgiyi kitap, gazete, dergi, internet ortamından incelemek. Daha sonraki aşamada bilgilerin analizini yapabilmek. Değerlendirme kısmında bilgilerin uygunluğunu, doğruluğunu, güvenilirliğini, tespit etmek. En son olarak kendi bilgilerimizi üretebilmektir”

**K27** “Medya okuryazarlığı denilince ilk aklıma gelen medya üzerinden (gazete, radyo, televizyon, internet vs.) edindiğimiz bilgilerdir”

**K29** “Kitle iletişim araçlarından edindiğimiz bilgiyi analiz edip değerlendirmektir. Yorumlarımızı katarak kullandığımız ve ömür boyu gelişime açık bir kavramdır”

**K30** “Günlük hayat ile ilgili kendi alanıyla ilgili bilgi sahibi olmak ve gündemi takip etmektir”

**E33** “Görsel işitsel veya yazılı metin olarak karşımıza çıkan medya araçlarına karşı dikkatli okuduğunu anlayabilen, eleştirel bakan, karşılaştırabilen, olumsuzlukları fark eden hangi bilgilerin doğru hangilerinin yanlış olduğunu çözümleyebilme yetisidir”

**K36** “Kitle iletişim araçlarını kullanabilme ve değerlendirebilme yetisidir”.

**E39** “Medya okuryazarlığı bir nevi bana göre medya araçları ve uygulamalarını eğitsel vb. aracılığı ile bireylerde farkındalık yaratarak onları medya okuryazarı hâline getirme eylemidir”

**E41** “Medyada yer alan güncel olayları ve konuları takip etmek, anlık bilgiye ulaşabilmek”

**E45** “Yazılı, görsel (sanal) ortamda haber ve bilgilere ulaşmak ve ulaştırmak”

**E46** “Her türlü medya kanalını doğru yorumlama doğru anlama sanatıdır”

**E52** “Yazılı ve görsel medyada yer alan haberlerin, bilgilerin kişisel olarak değerlendirmesini yapıp bir süzgeçten geçirerek doğruluğunu ve güvenilirliğini yorumlama becerisidir”

Not: “Kodlamanın ilk 42’sini yüksek lisans öğrencisi, son 12’sini doktora öğrencisi oluşturmaktadır”

Coğrafya bölümü lisansüstü öğrencilerinin medya okuryazarlığı tanımlarından şu şekilde bir ortak tanım çıkarılabilir: Medya okuryazarlığı; medya araçları ile iletilen bilgiyi anlama, bilgiyi eleştirel bir gözle analiz edebilme ve ortaya çıkan sonucu kendi ihtiyacına göre tekrar üreterek kullanma becerisidir.

#### **4.4. Dördüncü Alt Probleme İlişkin Bulgular**

Araştırmanın dördüncü alt problemine yönelik, “coğrafya bölümü lisansüstü öğrencilerinin alanları ile alakalı olarak;

1. Televizyon programlarını takip etme,
2. Magazin coğrafya ve bilimsel coğrafya dergilerini takip etme,
3. Bilimsel olmayan kitapları okuma,
4. Gazetelerden yararlanma,
5. Sosyal medya ağlarından yararlanma,
6. İnternet sitelerini takip etme durumları nasıldır? sorularına verdikleri cevaplar içerik analizi yöntemi ile değerlendirilmiştir. Tema ve kodlar oluşturulmuştur.

#### 4.4.1 Coğrafya Bölümü Lisansüstü Öğrencilerinin Alanları ile İlgili Olarak Televizyon Programlarını Takip Etme Durumlarına İlişkin Bulgular

Tablo 18: Televizyon Programlarını Takip Etme Durumları

Öğrenci Programı	Program	Günlük	Haftalık	Aylık	Düzensiz	f
Yüksek Lisans	Belgesel	E2, E18, E24, E28, E31, K35, E39	K1, E3, E10, K11, E12, E14, E15, K23, K25, E26, K30, E32, K36, E37, E38	K9, E17, E20, E21, K27	E4, E22, E33, K34, E41, K42	33
	Tartışma	E24, E31	E6, K11, E14, K23, K25, K30, K36, E37	E15	E40	12
Doktora	Belgesel	E47	E43 E48, E49, E51, E52, E53	E45, E46	E44, E50, E54	12
	Tartışma	-	E47, E52, E53	-	-	3

Tablo 18 incelendiğinde; coğrafya bölümü lisansüstü öğrencilerinin en çok belgesel programlarını takip ettikleri belirlenmiştir. Çalışma sonucuna göre belgeselleri takip edilme sıklığının fazla olmasında çeşitli faktörler etkili olmuştur. Bunlar genel olarak; öğrencilerin genel kültür seviyelerini yükseltmek, alanlarından kopmamak, yeni ilgi çekici konular hakkında bilgi sahibi olmak ve güncelliği yakalamak olmuştur. Belgeselleri izleme kanalı olarak interneti tercih ettikleri tespit edilmiştir. Bu durumda öğrencilerin zamanlarının kısıtlı olması ve internete kolay erişim sağlaması etkili olmuştur. Yüksek lisans öğrencilerinden toplam 33 kişi belgesel programlarını izlemektedir. Bunlardan 7'si günlük, 15'i haftalık, 5'i aylık, 6'sı ise düzensiz olarak belgesel programlarını takip etmektedir. Doktora öğrencilerinin ise tamamı belgesel programlarını izlemektedir. Bunlardan 1'i günlük, 6'sı haftalık, 2'si aylık, 3'ü ise düzensiz olarak zaman ayırmaktadır. Takip edilen belgesel programlarını; *İnsan Doğaya Karşı*, *TRT Belgesel*, *Şehirlerin Gizli Yüzü*, *Dmax*, *Yaban Hayatı*, *National Geographic*, *Cosmos Bir Uzay Serüveni*, *Dünyayı Geziyorum*, *Blue Planet*, *Yeşil Doğa*, *Adalar*, *Alaska'da Yaşam*, *Wind Amazon*, *Su Savaşları*, *Belgeselci*, *History*, *Discovery Channel*, *Altın Peşinde*, *Yol Arkadaşım*, *Bizim Ora* vb. oluşturmaktadır.

Tartışma programlarını toplam 15 öğrenci genelde haftalık (f=11) olarak izlemektedir. Bunlardan 12'si yüksek lisans öğrencisi, 3'ü doktora öğrencisidir. Öğrenciler tartışma programlarını takip etme nedeni olarak; güncelliği yakalamak ve genel kültür seviyelerini artırmak olduğunu belirtmişlerdir. Hem belgesel hem tartışma programı takip eden 10 (K11, E14, E15, K23, E24, K25, K30, E31, K36, E37) yüksek lisans öğrencisi bulunmaktadır. Takip edilen tartışma programlarını; *Teke Tek, Tarihin Arka Odası, Para Bende, Para Dedektifi* oluşturmaktadır.

Herhangi bir televizyon programı takip etmeyen 7 (E5, E7, K8, E13, K16, K19, K29) yüksek lisans öğrencisi vardır. Doktora öğrencilerinden televizyon programı takip etmeyen bulunmamaktadır.

- Coğrafya bölümü lisansüstü öğrencilerine “Takip ettiğiniz televizyon programları, takip etme sıklığınızı ve nedenini belirtir misiniz?” şeklinde yöneltilen soruya verdikleri cevapların bazıları aşağıda verilmiştir;

#### Belgesel Programları;

**E2** “*Alaska Hava Yolları, Şehirlerin Gizli Yüzü, Dmax, İnsan Doğaya Karşı* belgeselleri. Nedeni dünyada farklı yerlerde ve farklı özelliklerde kurulan şehirlerin özelliklerini, insanın vahşi doğada nasıl hayatta kalabileceğine dair deneyimleri öğrenmek ve Alaska'daki zorlu doğayı anlamak için programları takip etmekteyim”.

**E6** “Dinlenme vaktimi saçma TV programları yerine ilgi alanımdaki belgesellerle geçiriyorum”

**K9** “*TRT Belgeselleri, National Geographic* belgeseller ilgi çekici olduğu için”

**E12** “*TRT Belgeselleri, İnsan Doğaya Karşı, Dünyayı Geziyorum* belgeselleri. Nedeni dikkat çekici ve farklı ülkeleri insanları tanımak”

**E13** “Televizyon izlemeyi seviyorum”

**E17** “*National Geographic, Adalar* belgeseli nedeni; bilinenlerin dışında farklı ortamları göstermesi”

**E18** “*Alaska'da Yaşam, Dual Survival, Wind Amazon, Man vs Wild, Doğada Yaşam* belgeselleri her gün ilgimi çektiği için izlerim”

**E22** “*TRT Belgeselleri, İnsan Doğaya Karşı* denk geldikçe izlerim. İlginç olduğu için”

**K25** “*National Geographic, Doğa ve İnsan, History, Discovery Channel* belgesellerini internet aracılığıyla izlemekteyim. Nedeni zaman kaybı yaratmaması ve pratik olmasıdır”

**E26** “Farklı ülkeler veya bölgelerdeki doğal ve beşeri yaşamla alakalı detaylı bilgiler edinmek”

**E31** “Evrenle ilgili bazı soruların cevabını öğrenmek için haftalık *Evrenin Sonu* belgeselini takip ederim. *National Geographic*ci aylık olarak dünya coğrafyasını daha yakından ve güncel olarak takip etmek için”

**E39** “*National Geographic, BBC Türkçe* belgesellerini yeni mekânlar, farklı kültürler vb. keşfetmek için günlük olarak hemen hemen izlerim”

**K42** “*National Geographic, BBC* Belgeselleri ilgi çekici olduğundan denk gelirse izlerim”

**E44** “*TRT Belgesel, National Geographic, BBC* belgesellerini alanımla alakalı ve genel kültür seviyesini artırmak için”

**E45** “*Ancient Aliens, National Geographic, BBC World* belgesellerini meraklı olduğumdan ve coğrafi konular olduğu için”

**E47** “*National Geographic, TRT Belgeseli* genel kültür seviyemi artırmak için”.

**E48** “*TRT Belgesel, How Nature Works* belgeselleri eğitici olduklarına inanırım”

**E52** “*TRT Belgesel, National Geographic, Discovery Science, Yeşil Doğa* vb. kanallardaki pek çok konuyla ilgili belgeseli haftada 3-4 kez 1-2 saat izlerim. İzleme nedenim ise dünyadaki son gelişmeleri ve yeni keşifleri görmek içindir. Ayrıca ülkemizdeki yaşanan doğa tahribatını öğrenmek için internet ve TV’den izlerim”

#### Tartışma Programları;

**E6** “*Teke Tek* programını Celal Şengör’ün bilgilerinden faydalanmak için”

**K11** “*Teke Tek* programı, Coğrafya ve doğa bilimleri ile ilgili genellikle doyurucu bilgiler vermesinden dolayı”

**E15** “*Teke Tek, Tarihin Arka Odası* gibi tartışma programlarını gündemden kopmamak ve güncel kalmak için”

**K36** “Kırsal kalkınma açısından benzer bakış açısı oluşturduğum ve ufkumu açan bir program olan Cem Seymen *Para Bende* programını haftalık olarak takip ederim”

**E44** “*Para Dedektifi* haftalık bilgilendirici olduğu için”

**E47** “*Tek Tek* haftalık genel kültür seviyemi artırmak için”

#### 4.4.2 Coğrafya Bölümü Lisansüstü Öğrencilerinin Magazin Coğrafya ve Bilimsel Coğrafya Dergilerini Takip Etme Durumlarına İlişkin Bulgular

Tablo 19: Magazin Coğrafya ve Bilimsel Coğrafya Dergilerini Takip Etme Durumları

Öğrenci Programı	Dergiler	Aylık	3 Aylık	Düzensiz	f
Yüksek Lisans	National Geographic	E2, E10, K11, K16, E22, E28, K30, K35, E39, E40	E6, E17, K25, E31, E32	K9, E12, E14, E18, E21, E24, E26, K27, E33, K36, E41	26
	Atlas	K1, E2, E3, E10, K11, E15, K30, K35, E39, E40, K42	K25	E12, E14, E24, K27, E33, K36	18
	Diğer (Magazin)	E2, K11	-	K27, K36, E38	5
	Doğu Coğrafya	-	K8, E21, K30, E31	E6, K9, K11, E20, E22, E24, K36, E39, E41, K42,	14
	Diğer (Bilimsel)	K1	K8, E12, E21, K30, E33	E3, E6, K9, E10, K11, E14, E15, K16, E20, E22, E24, K27, K36, E39, E41, K42	22
Doktora	National Geographic	E46, E47, E48, E50, E51	E52	E54	7
	Atlas	E46, E47, E50, E51	E52	E44, E53	7
	Diğer (Magazin)	-	-	-	-
	Doğu Coğrafya	-	E44, E51	E45, E47, E50, E53, E54	7
	Diğer (Bilimsel)	-	E43, E44, E49, E51, E52	E45, E47, E50, E53, E54	10

Tablo 19 incelendiğinde; yüksek lisans ve doktora öğrencilerinin magazin coğrafya dergilerini takip etme durumlarına baktığımızda her iki programda da en çok National Geographic (f=33), Atlas (f=25) ve diğer magazin coğrafya dergilerini (Mağma, Ekinoks, Dünya, NASA, Elsevier) (f=5) takip ettikleri görülmektedir. Magazin coğrafya dergilerini aylık takip edenlerin oranları yüksek olduğu gibi düzensiz takip edenlerin oranı da fazladır. Magazin coğrafya dergilerinin takip edilmesinde; ilgi çekici olmaları, görselliklerinin iyi olmaları, güncelliklerini korumaları, yeni bilinmeyen bilgiler ortaya koymaları ve eğlenceli olmaları etkili olmuştur.

Coğrafya bölümü lisansüstü öğrencileri bilimsel coğrafya dergilerinden diğer coğrafya (Marmara Coğrafya, Ege Coğrafya, Türk Coğrafya gibi,) dergilerini (f=32) ve Doğu Coğrafya Dergisini (f=21) takip etmektedirler. Bilimsel coğrafya dergileri daha çok düzensiz (f=36) olarak takip edilmektedir. Bilimsel coğrafya dergilerinin takip edilme nedenleri ise coğrafya alanı ile ilgili yeni konular ve yöntemler öğrenmek, tez çalışmalarında bu dergileri kaynak olarak kullanmak önemli etkenlerdir.

Herhangi bir bilimsel coğrafya dergisini ve magazin coğrafya dergisini takip etmeyen 9 (E4, E5, E7, E13, K19, K23, K29, K34, E37) yüksek lisans öğrencisi vardır. Doktora öğrencilerinden bilimsel ve magazin coğrafya dergilerini takip etmeyen bulunmamaktadır.

- Coğrafya bölümü lisansüstü öğrencilerine “Takip ettiğiniz magazin ve bilimsel coğrafya dergilerini takip etme sıklığınızı ve nedenini belirtir misiniz?” şeklinde yöneltilen soruya verdikleri cevapların bazıları aşağıda verilmiştir;

**E2** “Dünya ve ülkemizle ilgili güncel ve bilimsel yazıları takip etmek”

**E3** “Atlası alanımız gereği, bilimsel dergileri de araştırma yapacağım zaman takip ederim”

**E6** “Magazin coğrafya dergilerini içerisindeki konuya göre satın alıyorum. Dergide genelde ilgi çekici konular oluyor ve eğlenceli bir şekilde işleniyor. Bilimsel coğrafya dergilerine ise çalışmamla ilgili kaynak oluşturacaksa ya da bir konuyu merak edersen bakırım”

**K11** “Magazin coğrafya dergilerini lisans döneminden kalma bir alışkanlık olduğu için. *Doğu coğrafya dergisi* alan ile ilgili çoğu bilimsel yayınlar burada yayınlandığı için takip ediyorum. *Ege coğrafya dergisini* ise iklim ve klimatoloji çalışmalarının daha çok burada yayınlanmasından dolayı takip ediyorum”

- E15** “Atlası uzak ve yakın çevreden haberdar olmak, güncelliğimi korumak için. Bilimsel coğrafya dergilerini ise merak ettiğim bir konuda araştırma yaptığım zaman herhangi bir dergiyi online araştırıyorum”
- E21** “*National Geographic*’i yaşadığımız yeryüzü hakkında hiç bilmediğimiz konulara değindiğinden, bilimsel coğrafya dergilerini ise alanımla ilgili çalışmalara yer verdiğinden dolayı takip ediyorum”
- E22** “*National Geographic*’i alanımdan kopmamak için, bilimsel coğrafya dergilerini ise tez konusu belirlemek için”
- E28** “Daha önce görmediğim ve ilgi uyandıran mekânları görmek için takip ediyorum”
- K30** “Ders anlatımı, ödev, araştırma ve inceleme için takip ediyorum”
- E31** “*National Geographic*’i dünya coğrafyasını daha yakından ve güncel olarak takip etmek için. *Doğu coğrafya dergisini* ise tezim ve güncel makaleleri görmek için takip ediyorum”
- E33** “Magazin coğrafya dergilerinden hangisi güzel ek veriyorsa, bilimsel coğrafya dergilerini çalışmaya kaynak oluşturduğundan takip ediyorum”
- K35** “İhtiyaçtan ve bilgi içeriyor olmasından dolayı takip ediyorum”
- K36** “*Atlas, Dünya, Ekinoks ve National Geographic* gibi dergileri kütüphanede güncel buldukça takip edip okumaya çalışıyorum. Pahalı bulduğum için satın alamıyorum. Bilimsel coğrafya dergilerini genellikle bir konu ile ilgili makale okumak istediğimde veya bir konu ile ilgili araştırma yaptığımda dergilerin içeriğini takip ediyorum. Periyodik bir zaman dilimi ayarlamıyorum”
- E43** “*Marmara coğrafya ve Türk coğrafya* dergilerini çalışma konuları ve yeni yöntemleri öğrenmek için takip ediyorum”
- E44** “*Marmara coğrafya dergisine* 3 ayda bir yazılanlara bakar dikkatimi çeken okurum, *Atlas* daha eğlenceli ve ilgi çekici olduğundan takip ediyorum”
- E45** “*Marmara coğrafya, doğu coğrafya* dergilerini alanımla ilgili çalışmalarını takip etmek için”
- E46** “*Atlas ve National Geographic*’i aylık olarak internetten takip ederim”
- E49** “*Elsevier*’in kaliteli bilimsel yayınlarının olmasından dolayı takip ediyorum”
- E51** “*Atlas ve National Geographic*’i aylık, bilimsel dergileri de 3 aylık yaptığımız çalışmalar konusunda literatürü güncel tutmak amacıyla takip etmekteyim”
- E52** “*National Geographic ve Atlas* dergilerini 2-3 ayda bir takip ederim. İlginç konulara yer verdiği için. *Türk coğrafya dergisini* 2 ayda bir, yeni ve ilgi çekici gelişmeler olduğu için takip ederim”



#### 4.4.3 Coğrafya Bölümü Lisansüstü Öğrencilerinin Alanları ile İlgili Bilimsel Olmayan Kitapları Okuma Durumlarına İlişkin Bulgular

Tablo 20: Coğrafya ile Alakalı Bilimsel Olmayan Kitapları Okuma Durumları

Öğrenci Programı	Dergiler	Haftalık	Aylık	Düzensiz	f
Yüksek Lisans	Roman	K35, K36, E39	K16, K30, E31	E6, E41	8
	Anı	E15	-	-	1
	Biyografi	-	-	E22	1
	Gezi Yazısı	-	E17	E22	2
	Araştırma-İnceleme	E15, K35	K30, K42	K11, E14, E21,	7
Doktora	Roman	-	E43, E48, E49, E50, E53	-	5
	Anı	-	-	-	-
	Biyografi	-	-	-	-
	Gezi Yazısı	-	-	-	-
	Araştırma-İnceleme	-	E43	-	1

Tablo 20’de coğrafya bölümü lisansüstü öğrencilerinden alanları ile ilgili bilimsel olmayan kitapları okuyan toplam 21 öğrenci bulunmaktadır. Bilimsel olmayan kitaplardan en çok roman (f=13) okunmaktadır. Yüksek lisans öğrencilerinden roman okuyan 8, araştırma-inceleme yazıları okuyan 7, gezi yazısını okuyan 2, anı okuyan 1, biyografi okuyan 1 kişi vardır. Çalışmaya katılan 12 doktora öğrencisinden 5 öğrenci kitap olarak romanı, 1 öğrenci ise araştırma-inceleme yazılarını okuduğunu belirtmiştir. Coğrafya alanı ile ilgili herhangi bir bilimsel olmayan kitabı okumayan 26 yüksek lisans öğrencisi, 7 doktora öğrencisi bulunmaktadır.

- Coğrafya bölümü lisansüstü öğrencilerine “Takip ettiğiniz coğrafya alanı ile ilgili bilimsel olmayan kitapları (roman, hikâye vb.) okuma sıklığınız ve nedenini belirtir misiniz?” şeklinde yöneltilen soruya verdikleri cevapların bazıları aşağıda verilmiştir;

**E6** “*Bulut Gözlemcisinin Rehberi*, bu tarz kitaplar az olduğundan senede birkaç defa okuyorum. Okuma nedenim ise eğlenceli, dinlendirici ve bazı yönleriyle bilgi verici oldukları için”

**E15** “*Coğrafya Savaşmak İçindir*, (Nedeni coğrafyanın geçmişten günümüze önemi ve görevinin değişmesini anlattığı için), *11. Peron* (gurbetçilerin

yaşadıkları kültür şokunu merak ettiğim için), *Merkezi Türk Hâkimiyet Teorisi* (jeopolotiğe ilgi duyduğum için)

**E17** “İlber Ortaylı’nın kitapları ilgimi çekiyor. *İlber Ortaylı Seyahatnamesi: Bir Tarihçinin Gezileri*”

**E18** “İlgim olmadığından kitap takip etmem”

**E21** “*Mukaddime*; geçmiş dönemdeki Ortadoğu ve Kuzey Afrika toplumlarının sosyolojik, ekonomik, kültürleri hakkında bilgi sahibi olmamızı yardımcı olmaktadır. *Petrol*; petrolün dünya üzerindeki serüvenini anlatarak devletlerin birbirine karşı ilişkilerine değinmektedir”

**K42** “Aylık Tübitak’ın yayınlamış olduğu coğrafya ile alakalı kitapları okurum”

**E43** “*Ölümcül İklim, Hava Nasıl Tarih Yazar* kitapları iklime insan etkilerinden bahsettiği için okurum”

**E51** “Diğer. Genel kültür açısından okumaktayım”

**E54** “Genelde coğrafya alanı ile ilgili bilimsel kitaplar okuyorum”

#### 4.4.4 Coğrafya Bölümü Lisansüstü Öğrencilerinin Alanları ile İlgili Gazetelerden Yararlanma Durumlarına İlişkin Bulgular

Tablo 21: Coğrafya Alanı İçin Gazetelerden Yararlanma Durumu

Öğrenci Programı	Günlük	Düzensiz	f
Yüksek Lisans	E37, E39, K42	K1, E6, E14, E20, E21, E24	9
Doktora	E45	-	1

Tablo 21’e bakıldığında öğrencilerden sadece 10’u alanı için gazetelerden faydalanmaktadır. Yüksek lisans öğrencilerinden 33’ü, doktora öğrencilerinden ise 11’i gazetelerden yararlanmamaktadır. Alanında gazetelerden faydalanan yüksek lisans öğrencisi 9 iken, doktora öğrencisi sadece 1 kişidir (E45). Bu durum coğrafya bölümü lisansüstü öğrencilerinin gazete takip etmedikleri sonucuna götürmez. Sadece okudukları gazeteleri alanlarında aktif olarak kullanmadıklarının göstergesi olabilir.

- Coğrafya bölümü lisansüstü öğrencilerine “Alanınızla ilgili olarak gazetelerden yararlanıyor musunuz? Yararlanıyorsanız yararlanma sıklığı ve nedenini belirtir misiniz?” şeklinde yöneltilen soruya verdikleri cevapların bazıları aşağıda verilmiştir;

**E6** “Gazetelerden haberlere bakarak coğrafya ile ilgili olan konuları ve sorunları öğrenmiş oluyorum”.

**E14** “Gazetede yer alan alanla ilgili konuları derslerde kullanırım”.

**E20** “Derslerime hazırlık amacıyla kullanırım”.

**E21** “Gazeteler bazen çok farklı ve ilgi çekici konulara değinmekte bu da benim bunlardan yararlanma ihtiyacımı doğurmaktadır”.

**E37** “Coğrafya bakış açısını geliştirmek için kullanırım”.

**E45** “Heyelan, Sel, Çığ, Dolu vb. hakkında bilgi almak için internetten takip ederim”.

**E52** “Hayır. Gazetelerde yeterli bilgi yok”.

#### 4.4.5 Coğrafya Bölümü Lisansüstü Öğrencilerinin Alanları ile İlgili En Çok Kullandıkları Sosyal Medya Ağlarına İlişkin Bulgular

Tablo 22: Coğrafya Alanında En Çok Kullanılan Sosyal Medya Ağları

Program	Medya Ağları	Saatlik	Günlük	Haftalık	Düzensiz	f
Yüksek Lisans	İnstagram	K1, E7, K25, K27	E2, E14, E17, E22, E28, K30, E31, E32, K34, K36, E39, K42	K8, E38	E24, E40	20
	Facebook	E18, E37	E2, E14, K16, E17, E20, E28, K30, K35, K36, E39, E41, K42	K23, E33	K11, E12, E24	19
	Twitter	E15, K25, E37	E2, E26, E32, E39	K19	-	8
	Youtube	E15, K25, K30	E6, E17, E18, K19, E20, E28, E31, E32, K35, K36, E37, E39, E41	E2, E7, K9, E10, K16, K23, K27, E33, K42	K1, E3, E4, E12, E13, E14, E21, E22, E24, K34, E40	36
	Diğer	K25	K19, E31, K35, E41	-	E14, E21, K30	8
Doktora	Instagram	-	E47, E49	-	E44, E51	4
	Facebook	-	E46, E47, E48	E54	E44, E45, E51, E53	8
	Twitter	-	E43, E46	-	-	2
	Youtube	E49	E45, E48, E52	E43, E46, E47, E51	E44, E50, E53, E54	12
	Diğer	-	E49	-	-	1

Diğer: Eba, Dailymation, Pinterest, Akademia, Researchgate, Twitch, Whsaap vb.

Tablo 22'ye bakıldığında öğrencilerden biri (E5) hariç hepsi sosyal medya ağlarını kullanmaktadır. En fazla kullanılan sosyal medya ağı youtube (f=48) ve facebook (f=27) olmuştur. Youtube en fazla kullanılmasında, her şeyin kolaylıkla bulunması, güncel olması ve içerik bakımından zengin olması etkilidir. Yüksek lisans öğrencilerinin sosyal medyayı kullanma frekansları en yüksek olandan düşük olana doğru youtube (f=36), instagram (f=20), facebook (f=19), twiter (f=8) ve diğer sosyal medya (f=8) ağları şeklindedir. Günlük bu sosyal medya ağlarını kullandıkları görülmektedir. Doktora öğrencileri de sosyal medya ağlarından youtube (f=12), facebook (f=8), instagram (f=4), twiter (f=2) ve diğer sosyal medyayı (f=1) alanlarıyla ilgili olarak takip etmektedir.

- Coğrafya bölümü lisansüstü öğrencilerine “alanımızla ilgili en çok kullandığınız sosyal medya ağlarını, takip etme sıklığınızı ve nedenini belirtir misiniz?” şeklinde yöneltilen soruya verdikleri cevapların bazıları aşağıda verilmiştir;

**K1** “*Youtube* diğer sitelerden daha kapsamlı olduğundan takip ederim”

**E2** “*Instagram, Facebook, Twiteri*, güncel coğrafi bilgileri takip etmek için”

**E7** “*Instagramı* görselleri daha net ve anlaşılır olduğundan, *Youtube* ise içerik çeşitliliği fazla ve erişimi kolay olduğundan takip ederim”

**K11** “*Facebook* bilgi edinmek için”

**E12** “*Facebook* gruplarını takip ediyorum, soru falan olursa bazen yorum yaparım. *Youtube* ihtiyacım olduğu zaman kullanırım”

**E21** “*Youtube ve Dailymation*’dan ihtiyacım olduğunda ya da boş zamanımda ilgimi çeken videoları takip ediyorum. *Whatsapp*’tan alanımızla ilgili paylaşımlar yapıyorum ve arkadaşların paylaşımlarını takip ediyorum”.

**E22** “*Youtube*’yi ilginç ve merak ettiğim coğrafi olayların oluşumunu öğrenmek için, *Instagram*’ı da günlük güncelliği yakalamak için takip ederim”

**K27** “*Instagramı* takip ediyorum nedeni *Facebook* ve *Twiter* hesabım yok bunun yanı sıra coğrafya ile ilgili hesapları beğenerek takip ediyorum. *Youtube* kullanıyorum aradığım her konu ile alakalı çoğunlukla istediğimi bulduğum için tercih ediyorum”.

**E28** “*Instagram, Facebook*’u günlük coğrafyacı arkadaşlarla coğrafi paylaşımları takip ederek bilgi alışverişi yapıyorum. *Youtube* günlük farklı içerikleri görmek için takip etmekteyim”.

**E31** “*Instagramı* alanımla ilgili gelişmelerden haberdar olmak. *Youtube ve Dailymation*’u güncel verilere ulaşmada değişik yorumlar geliştirmek için bakıyorum”.

**E33** “*Facebook*’u haftalık olarak sosyal grupları takip ederek bazı sorulara cevaplar veriyorum, *Youtube* haftalık kısa videoları izlerim özellikle yazılı olarak anlayamadığım şeyleri görselde görmek için”.

**K36** “*Facebook, Instagram ve Youtube* her gün mutlaka bakarım. *Facebook*’ta takip ettiğim hocalarımın paylaşımlarını okuyorum. *Instagram ve Youtube*’da bilimsel çalışmalarını takip ediyorum”.

**K42** “*Instagram ve Facebook*’u günlük, *Youtube* ihtiyaç olduğunda bakarım coğrafya gruplarını takip ederim”.

**E43** “*Twitter*’i paylaşımlar hakkında bilgi sahibi olmak için, *Youtube*’u bazı konuları görsel olarak daha iyi anlamak için takip ederim”.

**E45** “*Facebook, Youtube* coğrafi konu ve oluşumla ilgili paylaşımlar için”.

**E47** “*Facebook, Instagram*’ı güncel olayları takip etme, coğrafi yerlerle ilgili fotoğrafları inceleme için *Youtube* çeşitli analizlerde kullanılan programların eğitimi için takip ederim”.

**E49** “*Academia* bilimsel yayınlarının olması, *Instagram* coğrafi paylaşımları takip, *Researchgate* bilimsel yayınların olması, *Twitch* oyun yayınlarını takip, *Youtube* farklı içeriklerin olmasından dolayı”.

**E51** “*Facebook ve Instagram*’ı takip ederim çünkü dünyanın farklı bölgelerinde yer alan coğrafi unsurları rahat bir şekilde görebilmekteyim. *Youtube* haftalık çünkü girmiş olduğunuz bazı derslerin animasyonlarını izleyebiliyoruz ve *Facebook* üzerinden beğeni yaptığım alanımla ilgili takip ettiğim sayfaları üç dört günde bir kontrol ederim”.

#### **4.4.6 Coğrafya Bölümü Lisansüstü Öğrencilerinin Coğrafya Alanı ile İlgili Takip Ettikleri İnternet Sitelerine İlişkin Bulgular**

Coğrafya bölümü lisansüstü öğrencilerinden 31’i alanları ile ilgili internet sitelerini takip etmektedir. Takip eden öğrencilerden 22’sini yüksek lisans öğrencisi, 9’unu doktora öğrencisi oluşturmaktadır. İnternet sitelerinden National Geographic, Atlas ve coğrafya forum siteleri takip edildiği görülmüştür. Öğrenciler internet sitelerini bilgi edinmek ve günceli yakalamak için kullanmaktadırlar. Alanları ile ilgili internet siteleri takip etmeyen 23 öğrenci bulunmaktadır.

- Coğrafya bölümü lisansüstü öğrencilerine “Takip ettiğiniz coğrafya alanı ile ilgili internet siteleri, takip etme sıklığınız ve nedeninizi belirtir misiniz?” şeklinde yöneltilen soruya verdikleri cevapların bazıları aşağıda verilmiştir;

**E2** “*www.tck.org.tr*. Türk coğrafya kurumunda yayımlanan ve coğrafyadaki önemli gelişmeleri takip etmek, *www.worldometers.info* dünya nüfusunun ve ülkelerin nüfusunun gelişim seyrini takip etmek, *www.coğrafyaharita.com* Türkiye’de ve dünyada merak ettiğim yerlerin özelliklerini öğrenmek için takip ederim”

**E6** “*www.meteoearth.com* dünyadaki meteorolojik durumu kabaca verir”.

**E15** “*www.coğrafyasözlüğü.com* unuttuğum terimleri hatırlamak için, *www.ekopangea.com* ilgi çekici olduğundan”

**E20** “*National Geographic, yeryüzü.com, coğrafya biz, Türk coğrafya kurumu*, gerek gördükçe araştırma yaparken takip ederim”

**K25** “*Hava Form, Coğrafya Öğretmenleri, Müthiş Bilim*, her gün yeni bir bilgi edinmek için 3 saate bir takip etmekteyim nedeni telefon uygulamalarındaki ağlarda sayfaları olması ve bunun takibi kolaylaştırması ilgimi çeken paylaşımların kendiliğinden ana sayfamda belirmesi de etken”

**E28** “*Coğrafya.Biz* farklı içerik ve kaynaklara ulaşmak”

**K30** “*National Geographic* haftalık günceli takip etmek”

**E33** “*Coğrafyaform*, sitelerine denk gelirim”

**K35** “*Coğrafya bilim, wordpress.com* derslere çalışırken”

**E41** “*Coğrafya hocası*, haftalık takip”

**K42** “*Atlas* dergisinin internet sitesini coğrafi etkinlik ve haberlerden haberdar olmak için aylık takip ederim”

**E44** “*National Geographic* aylık günceli yakalamak”

**E45** “MTA yerbilimleri portalı, jeoloji topoğrafya pafta fay bilgileri için, *www.atlas.gov.tr* farklı uydu görüntüleri için *openstreetmapdata* yeni vektör veri temini için takip ederim”

**E46** “Akademik amaçlı değişken aralıklı takip ederim”

**E54** “Takip ettiğim siteler var. Ancak herhangi bir bildirim gelmezse nadiren erişim sağlarım”

#### 4.5. Beşinci Alt Probleme İlişkin Bulgular

Tablo 23: Coğrafya Bölümü Lisansüstü Öğrencilerinin Bilimsel Yayın Yapma Sıklığı

Öğrenci Programı	Yayınlar	3 Ay	6 Ay	Yılda	f
Yüksek Lisans	Makale	K30, K35, K36, E39	-	E5, E12, E14, K25, E26, E33	10
	Kitap Bölümü	-	E31, K36	-	2
	Yazılı Bildiri	K25,	E33	K16, K36, E37, K42	6
Doktora	Makale	-	E43, E47, E48, E53	E45, E50, E51	7
	Kitap Bölümü	-	-	E45, E47, E48	3
	Yazılı Bildiri	E48	E43, E45, E47	E44, E46, E52, E53, E54	9

Tablo 23’de coğrafya bölümü lisansüstü öğrencilerinden 25’inin bilimsel yayın yaptığı belirlenmiştir. Bunlardan 14’ü yüksek lisans öğrencisi, 11’i doktora öğrencisidir. Yüksek lisans öğrencilerinden bilimsel yayın yapanlardan 10 öğrencinin makale, 6 öğrencinin yazılı bildiri, 2 öğrencinin kitap bölümü yazdığı görülmüştür. Bir öğrencinin (K36) makale, yazılı bildiri ve kitap bölümü, 2 öğrencinin (K25, E33)

makale ve yazılı bildiri yazdığı görülmüştür. Doktora öğrencilerinde ise 9 öğrenci yazılı bildiri, 7 öğrenci makale, 3 öğrenci kitap bölümü yazmıştır. 3 öğrenci (E45, E47, E48) makale, yazılı bildiri ve kitap bölümü yazarken, 2 öğrenci (E43, E53) makale ve yazılı bildiri yapmıştır. Lisansüstü öğrencilerinin yayın yapma sıklığı genellikle yılda bir olmuştur.



## BEŞİNCİ BÖLÜM

### V. SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Bu bölümde, elde edilen bulgulara dayanarak sonuçlara yer verilmiştir. Sonuçlara göre ise önerilerde bulunulmuştur.

#### 5.1 Sonuç ve Tartışma

Araştırmaya katılan coğrafya bölümü lisansüstü öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeyleri “farkında olma, bilgi sahibi olma”, “analiz edebilme, tepki oluşturabilme”, “yargılayabilme, örtük mesajları görebilme” şeklinde üç boyutta ele alınmıştır.

“Medya okuryazarlığı kavramının iki temel bileşeni bulunmaktadır. Bunlardan ilki, çeşitli formlardaki medya mesajlarına ulaşma, bunları çözümleme ve değerlendirme yetisi iken, ikinci bileşeni ise medya mesajları yaratma ve iletme yetisi oluşturmaktadır” (Çetinkaya, 2008, s. 98). Araştırmaya katılan öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeyleri ölçeğinin “farkında olma, bilgi sahibi olma” boyutunun aritmetik ortalaması 4,1730, “analiz edebilme, tepki oluşturabilme” boyutunun aritmetik ortalaması 3,6061, “yargılayabilme, örtük mesajları görebilme” boyutunun aritmetik ortalaması 3,8794 puan olarak tespit edilmiştir. En yüksek aritmetik puan ortalaması ( $\bar{x}=4,3589$ ) “kitle iletişim araçları tarafından üretilen tüketim kültürü, şiddet vb. değerlerin farkına varırım” maddesinden elde edilmiştir. En düşük aritmetik puan ortalaması ( $\bar{x}=3,2201$ ) ise “kitle iletişim araçlarının yayınlarında kanuni ve etik kurallara bağlı kalınıp kalınmadığını takip ederim” maddesinde görülmüştür. Alınan aritmetik ortalama puanlara bakıldığında coğrafya bölümü lisansüstü öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeylerinin iyiye yakın olduğu söylenebilir ( $\bar{x}=3,8861$ ). Bu durum açık uçlu sorularda yer alan medya okuryazarlığı kavramının tanımına ilişkin verdikleri cevapları desteklediğini göstermiştir. Medya okuryazarlığının tanımına 29 öğrencinin cevap verdiği tespit edilmiştir. Tanımlama yapan öğrencilerin ifadelerine göre okuma, yazma ve değerlendirme temaları oluşturulmuştur. Medya okuryazarlığı kavramını en fazla okuma (f=30) ve değerlendirme (f=28) teması altında oluşturulan kodlarda tanımlamışlardır. Nicel analizdeki “farkında olma, bilgi sahibi olma” boyutu (4,1730 puan) ile nitel analizdeki okuma teması (f=30) en yüksek puan ve frekansı



olarak örtüştüğü görülmüştür. Katılımcıların medya okuryazarlığını; okuma ve analiz etme olarak nitelendirdikleri görülmektedir. Ancak nitel verilerde medya okuryazarlığının yeniden yapılandırma ve üretme özelliğine pek fazla değinilmemiştir. Medya okuryazarlığı kavramı hakkında tanımla yapan coğrafya bölümü lisansüstü öğrencilerinin, medya okuryazarlığı kavramında yeterli derecede bilgi sahibi oldukları söylenebilir. İlgili çalışmalar incelendiğinde; Tuncer (2013) ve Tatar'ın (2016) öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeylerini tespiti yönelik yaptıkları çalışmalarda medya okuryazarlık düzeylerinin ortalamasının üzerinde olduğu sonucuna varılması çalışmamızı desteklemektedir. Ayrıca Deveci ve Çengelci (2008) yapmış oldukları araştırmada öğretmen adaylarının medya okuryazarlığını günceli takip etme, analiz etme, değerlendirme, seçici olma ve yeni bir şeyler ortaya koyma gibi açıklamalarda bulunduğunu tespit ederek çalışmamızdaki okuma ve değerlendirme temalarına ilişkin sonuçlar ile aynı sonuçlara ulaşıldığı tespit edilmiştir.

Medya okuryazarlığı ölçeğinin “farkında olma, bilgiye sahip olma”, “analiz edebilme ve tepkide bulunma”, “yargılayabilme, örtük mesajları görebilme” boyutlarının hiçbirinde aritmetik ortalama puanda erkek öğrenci ( $\bar{x}=3,9459$ ) ile kadın öğrenci ( $\bar{x}=3,8319$ ) arasında anlamlı farklılığa rastlanmamıştır. Yılmaz (2013) tarafından yapılan çalışmada sınıf öğretmeni adaylarının medya okuryazarlık düzeylerinin cinsiyete göre değişmediği görülmüştür. Ayrıca Ünlü (2017) tarafından yapılan çalışmada da beden eğitimi ve spor öğretmenlerinin cinsiyete göre medya okuryazarlık düzeylerinin değişmediği sonucuna varılması çalışmamızı desteklemektedir.

Araştırmaya katılan öğrencilerin yaşları ile medya okuryazarlık durumları arasında anlamlı farkın olmadığı görülmektedir ( $p<0,940$ ). Karataş'ın (2008) çalışmasında öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeylerinin yaş değişkenine göre değişmediği sonucuna varması çalışmamızı desteklemektedir. Ancak Ertek (2013) sınıf öğretmenlerinin medya okuryazarlık düzeylerini tespit etmek amacıyla yaptığı çalışmada medya okuryazarlık düzeyinin yaş değişkenine göre değişiklik gösterdiğini tespit etmiştir. Ertek'in (2013) araştırması çalışmamızı destekler nitelikte değildir. Bu durumun nedeni yaş grup aralıklarının farklı olması ve çalışılan örneklem grubunun farklılığıyla açıklanabilir.

Katılımcıların mezun oldukları lisans programı ile medya okuryazarlık durumları arasında anlamlı farkın olmadığı görülmektedir ( $p<0,255$ ). Yiğit de (2015) sınıf öğretmenlerinin mezun olduğu fakülte ile medya okuryazarlık düzeyleri arasında anlamlı bir farka ulaşamamıştır. Aynı şekilde öğrencilerin medya okuryazarlık durumları ile meslek durumları arasında da anlamlı farkın olmadığı görülmektedir ( $p<0,480$ ).

Katılımcıların eğitim düzeyleri ile medya okuryazarlık durumları arasında anlamlı farkın olmadığı görülmektedir ( $F=0,47$ ;  $p<0,986$ ). Kızıl (2007) bilgi okuryazarlık düzeyleri tespit için yaptığı çalışmada doktora öğrencilerin lehine anlamlı bir farklılık tespit etmesi çalışmamızı desteklememektedir. Bu durumda çalışmaya katılan doktora öğrencilerinin sayısının az olması ve örneklemin farklı olması etkili olmuş olabilir.

Araştırmaya katılan öğrencilerin medeni durumları ile medya okuryazarlık durumları arasında anlamlı farka rastlanmamıştır ( $p<0,463$ ). Evli öğrencilerin aritmetik ortalama puanı ( $\bar{x}=3,9961$ ), bekâr öğrencilerin aritmetik ortalama puanından ( $\bar{x}=3,8807$ ) yüksektir. Ancak anlamlı bir fark oluşturmamaktadır. Aşkar (2015) tarafından yapılan çalışmada ilkökul ve ortaokul öğretmenlerinin eleştirel okuma eğilimlerinin medeni hal değişkenine göre anlamlı fark bulunamaması çalışmamızı desteklemektedir. Ancak Ünlü (2017) tarafından yapılan çalışmada da beden eğitimi ve spor öğretmenlerinin medeni hal değişkenine göre medya okuryazarlık düzeylerinde anlamlı olması çalışmamızı desteklememektedir. Bu durumun sebebi çalışılan örneklem grubunun farklılığı ve evli öğrencilerin az olması ile açıklanabilir.

Katılımcıların medya okuryazarlık durumları ile medya okuryazarlık kavramına ilişkin bilgi sahibi olma durumları arasında anlamlı farkın olmadığı görülmektedir ( $F=0,871$ ;  $p<0,388$ ). Tutkun (2013) yaptığı çalışmada öğretmen adaylarının medya okuryazarlığı hakkında bilgi sahibi olduğunu ifade eden öğrencilerin okuryazarlık düzeylerinin daha yüksek olduğunu belirlemiştir. Çalışmamızda medya okuryazarlığı kavramı hakkında bilgi sahibi olan katılımcı sayısı 29 kişidir. Katılımcıların önemli bir kısmının ise medya okuryazarlığı kavramı hakkında bilgi sahibi olmadıkları görülmektedir. Solmaz ve Yılmaz (2012) yaptıkları çalışmada Selçuk Üniversitesi'ndeki 14 fakülte öğrencisinin medya okuryazarlığı kavramı hakkında bilgi sahibi olup olmama durumlarını araştırmıştır.

Sonuç olarak medya okuryazarlığı hakkında çok fazla bilgi sahibi olmadıklarını tespit etmiştir. Bu sonuç çalışmamızın sonucu ile paralellik göstermektedir.

Araştırmaya katılan coğrafya bölümü lisansüstü öğrencilerinin 45'inin belgesel programlarını, 15'inin tartışma programlarını takip ettiği belirlenmiştir. Hem belgesel hem de tartışma programlarını takip eden 13 öğrenci bulunmaktadır. Tomal ve Gür (2018) çalışmalarında belgesel takip etmeyen coğrafya öğretmenin olmadığını tespit ederek çalışmamızı desteklemiştir. Gençtürk de (2009) araştırmasında coğrafya öğretmen adaylarının belgesel izledikleri taktirde coğrafya okuryazarlıklarının arttığı sonucuna ulaşmıştır. Katılımcıların belgeselleri takip etmelerinde; genel kültür seviyelerini artırma, alanlarından kopmama, yeni ilgi çekici konular hakkında bilgi sahibi olma ve güncelliği yakalama istekleri etkili olmuştur. Belgeselleri hızlı ve kolay erişim sağladığı için genellikle internet ortamından ve haftalık olarak takip etmektedirler. Tartışma programlarını takip etmelerinde güncelliği yakalama ve genel kültür seviyelerini artırma önemli etken olmuştur. Herhangi bir televizyon programı takip etmeyen 7 yüksek lisans öğrencisi vardır. Doktora öğrencilerinden televizyon programı takip etmeyen bulunmamaktadır. Lisansüstü öğrencilerinin alanları ile alakalı olarak televizyon programlarını takip ettikleri söylenebilir.

Araştırmaya katılan öğrencilerin magazin coğrafya dergilerinden en çok National Geographic'i (f=33) aylık olarak takip ettikleri belirlenmiştir. National Geographic dergisinden sonra Atlas (f=25) ve Doğu Coğrafya Dergisi (f=21) en çok takip edilen dergiler olmuştur. Tomal ve Gür (2018) çalışmasında öğretmenlerin alanları ile ilgili en çok Atlas dergisi takip ettiklerini tespit etmesi çalışmamızın sonuçları ile paralellik göstermemektedir. Bu durumda örneklem farklılığı önemli rol oynamaktadır. Magazin coğrafya dergilerinin takip edilmesinde; ilgi çekici olması, görselliklerinin iyi olması, güncelliklerini koruması, yeni bilinmeyen bilgiler ortaya koyması ve eğlenceli olması etkili olmuştur. Yaman (2004) ise çalışmasında popüler coğrafya dergilerinin coğrafya eğitimine kaynak teşkil ettiğinden dolayı önemine dikkat çekmiştir. Öğrenciler bilimsel coğrafya dergilerinden Doğu Coğrafya Dergisi (f=21) ve diğer coğrafya (Marmara Coğrafya, Ege Coğrafya, Türk Coğrafya gibi,) dergilerini (f=32) daha çok düzensiz olarak takip etmektedir. Bilimsel coğrafya dergilerinin takip edilmesinde coğrafya alanı ile ilgili yeni konular ve yöntemler öğrenmeleri, tez çalışmalarında kaynak olarak kullanmaları rol oynamıştır. Herhangi bir bilimsel ve magazin coğrafya

dergilerini takip etmeyen 9 yüksek lisans öğrencisi vardır. Doktora öğrencilerinden bilimsel ve magazin coğrafya dergilerini takip etmeyen bulunmamaktadır. Lisansüstü öğrencilerinin alanları ile ilgili magazin ve bilimsel dergilerini düzenli olarak takip ettikleri söylenemez.

Araştırmaya katılan öğrencilerin toplam 21'inin alanları ile alakalı bilimsel olmayan kitapları okudukları tespit edilmiştir. Bilimsel olmayan kitaplardan en çok roman (f=13) okunmaktadır. Coğrafya alanı ile alakalı herhangi bir bilimsel olmayan kitabı okumayan 26 yüksek lisans öğrencisi, 7 doktora öğrencisi bulunmaktadır. Bu 33 öğrenciden 26'sı alanı ile ilgili ya da ilgisiz herhangi bir kitabı takip etmemektedir. Bu durum coğrafya bölümü lisansüstü öğrencilerinin kitap okuma alışkanlıklarının düşük seviyede olduğu göstermektedir.

Araştırmaya katılan öğrencilerden sadece 10'u alanı için gazetelerden faydalanmaktadır. Yüksek lisans öğrencilerinden 33'ü, doktora öğrencilerinden ise 11'i yararlanmamaktadır. Bu durum coğrafya bölümü lisansüstü öğrencilerinin gazete takip etmedikleri sonucuna götürmemektedir. Sadece okudukları gazeteleri alanlarında aktif olarak kullanmadıklarının göstergesi olabilir. Ancak Tomal ve Gür (2018) yaptıkları çalışmada coğrafya öğretmenlerinin alanları ile ilgili gazetelerden yararlandığı tespit etmiştir.

Araştırmaya katılan öğrencilerden bir (E5) kişi dışında hepsi sosyal medya ağlarını kullanmaktadır. En fazla kullanılan sosyal medya ağı Youtube (f=48) ve Facebook (f=27) olmuştur. Youtube en fazla kullanılmasında, her şeyin kolaylıkla bulunması, güncel olması ve içerik bakımından zengin olması etkilidir. Öğrencilerin günlük bu sosyal medya ağlarını kullandıkları görülmektedir.

Coğrafya bölümü lisansüstü öğrencilerinden 31'i alanları ile ilgili internet sitelerini takip etmektedir. Takip eden öğrencilerden 22'sini yüksek lisans öğrencisi, 9'unu doktora öğrencisi oluşturmaktadır. İnternet sitelerinden National Geographic, Atlas ve coğrafya forum siteleri takip edildiği görülmüştür. Sitelere bilgi edinmek ve günceli yakalamak için erişim sağladıkları tespit edilmiştir. Alanları ile ilgili internet sitelerini takip etmeyen 23 öğrenci bulunmaktadır. Tomal ve Gür (2018) çalışmada coğrafya öğretmenlerinin alanları ile ilgili en çok coğrafya forum ve Türk Coğrafya Dergisi internet sitelerini takip ettikleri sonucuna ulaşmıştır.

Araştırmaya katılan öğrencilerden 25'inin bilimsel yayın yaptığı görülmüştür. Bunlardan 14'ü yüksek lisans öğrencisi, 11'i doktora öğrencisidir. Doktora öğrencilerin yayın yapma sayısı ve sıklıklarının yüksek lisans öğrencilerinden fazla olduğu tespit edilmiştir. En fazla yayın yapılan makale (f=17) ve yazılı bildiri (f=15) olmuştur. Yayınların genellikle yılda bir kez yapıldığı görülmüştür. Yüksek lisans öğrencilerinin yayın yapma düzeylerinin düşük olduğu söylenebilir.

## 5.2 Öneriler

- Lisansüstü öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeylerini tespiti yönelik farklı evren ve örneklem gruplarında çalışma yapılabilir ve elde edilen sonuçlar karşılaştırılabilir.
- Öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeylerini artırmak için lisansüstü programlarında medya okuryazarlığı derslerine yer verilebilir.
- Medya okuryazarlığına yönelik üniversitelerde seminerler, paneller ve konferanslar düzenlenebilir.
- Öğrenciler medya eğitimi konusunda lisansüstü çalışmalar yapmaya teşvik edilebilir.
- Coğrafya bölümü lisansüstü öğrencilerinin alanları ile ilgili medya okuryazarlık düzeylerini artırmaya yönelik lisansüstü eğitiminde coğrafya okuryazarlığı dersleri verilebilir.

## KAYNAKÇA

- Aksaçlıoğlu, G. ve Yılmaz, B. (2007). Öğrencilerin televizyon izlemeleri ve bilgisayar kullanmalarının okuma alışkanlıkları üzerine etkisi. *Türk Kütüphaneciliği Dergisi*, 21 (1), 3-28. Erişim adresi: <http://tk.org.tr/>
- Altınbilek, A. ve Sanalan, A. (2005). Coğrafya okuryazarlığı 1: genel bakış, *Doğu Coğrafya Dergisi* 10 (13), 341-358. Erişim adresi: <http://e-dergi.atauni.edu.tr/>
- Altun, A. (2008). Türkiye’de medya okuryazarlığı. *İlköğretmen Eğitimci Dergisi*, Sayı 16, 30-34. Erişim adresi: <https://scholar.google.com.tr/>
- Altun A. (2009). 21. yüzyıl vatandaşlığı için gerekli bir beceri olarak medya okuryazarlığı: Unesco, AB ve Türkiye örnekleri. (Ed.) Őıřman A., Acun İ., vd. I. *Uluslararası Avrupa Birliği, Demokrasi, Vatandaşlık ve Vatandaşlık Eğitimi Sempozyumu*. Uşak: Uşak Üniversitesi Yayınları: 19.
- Altun, A. (2011a). Tavsiye kararları çerçevesinde Avrupa Birliği’nin medya okuryazarlığı eğitimi vizyonu, *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 8 (1), 58-86. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/>
- Altun, A. (2011b). Unesco’nun medya okuryazarlığı eğitimi faaliyetlerine toplu bir bakış (1977-2009), *Milli Eğitim Dergisi*, 41 (191), 86-107. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/>
- Apak, Ö. (2008). *Türkiye, Finlandiya ve İrlanda ilköğretim programlarının medya okuryazarlığı eğitimi açısından incelenmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- Aslan, H. (2009). *Medya okuryazarlığının görsel kültür ve sanat eğitimi ekseninde çözümlenmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Ondokuz Mayıs Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Samsun.
- Aşıcı, M. (2009). Kişisel ve sosyal bir değer olarak okuryazarlık, *Değerler Eğitimi Dergisi*, 7 (17), 9-26. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/>
- Aşkar, A. (2015). *İlkokul ve ortaokul öğretmenlerinin eleştirel düşünme eğilimleri ve bu eğilimleri etkileyen faktörler (İstanbul ili örneği)* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Rize.
- Aufderheide, P. (1993). *Media literacy: a report of the national leadership conference on media literacy*. Washington DC: Aspen Institute.
- Avşar, Z. (2014). *Medya okuryazarlığı, iletişim ve diplomasi dergisi*, Akademik hakemli dergi, ISSN: 2147-6772 Erişim adresi: <http://www.iletisimvediplomasi.com/medya-okuryazarligi-prof-dr-zakir-avsar/#more-422>
- Bilici, İ. E. (2011). *Türkiye’de ortaöğretimde medya okuryazarlığı dersi için bir model önerisi* (Yayımlanmamış doktora tezi). Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Binark, M. ve Bek, M. G. (2010). *Eleştirel medya okuryazarlığı kuramsal yaklaşımlar ve uygulamalar*. İstanbul: Kalkedon Yayınları.

- Buckingham, D. (2003). *Media education literacy, learning and contemporary culture*. USA: Polity Press.
- Bütün, E. (2010). *Medya okuryazarlığı dersine ilişkin öğretmen, öğrenci, veli görüşleri Samsun ili örneği* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Ondokuz Mayıs Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Samsun.
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2008). *Bilimsel araştırma yöntemleri* (2. baskı). Ankara: Pegem Akademi.
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2016). *Bilimsel araştırma yöntemleri* (20. baskı). Ankara: Pegem Akademi.
- Cangin, Ş, S. (2014). *İlköğretim öğrencilerinin medya okuryazarlığı dersine bakış açıları (Ankara-Keçiören örneği)* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Center for Media Literacy (2019, 16 Şubat). Erişim adresi: <http://www.medialit.org/about-cml>
- Creswell, J. W., ve Plano Clark, V. L. (2007). *Designing and conducting mixed methods research*. London: Sage Publication.
- Çakmak, E. (2010). *İngiltere ve Türkiye'deki ilköğretim medya okuryazarlığı eğitimi program ve uygulamalarının karşılaştırmalı olarak incelenmesi* (Yayımlanmamış doktora lisans tezi). Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu.
- Çakmak, E. (2013a). Çocuk hakları ve medya okuryazarlığı eğitimi. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10 (22), 209-224. Erişim adresi: <http://sbed.mku.edu.tr/>
- Çakmak, E. (2013b). *Kil tabletten-tablet bilgisayara okuryazarlık. sosyal bilgiler için çoklu okuryazarlıklar*. Gençtürk, E. ve Karatekin, K. (Ed.). Sosyal bilgiler için çoklu okuryazarlıklar. Ankara: Pegem Akademi.
- Çelik, T. (2011). *Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının çok kültürlü bakış açısı geliştirmelerinde medya okuryazarlığı dersinin rolüne ilişkin bir çalışma* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizli.
- Çetin, B. (2015). Sınıf öğretmeni adaylarının medya ve televizyon okuryazarlık düzeylerinin belirlenmesi. *Eğitimde Kuram ve Uygulama*, 11(1), 171-190. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/>
- Çetinkaya, S. (2008). *Bilinçli medya kullanıcıları yaratma sürecinde medya okuryazarlığının önemi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Çinelioğlu, G. (2013). *Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının medya okuryazarlığı dersine yönelik tutumlarının incelenmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Deveci, H. ve Çengelci, T. (2008). Sosyal bilgiler öğretmen adaylarından medya okuryazarlığına bir bakış, *Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Eğitim Fakültesi Dergisi*. 5(2), 25-43. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/>

- Erdoğan, M. T. (2010). *Toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanmasında medya okuryazarlığının rolü* (Başbakanlık Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü. Uzmanlık Tezi). Ankara: Elma Teknik Basım Matbaacılık.
- Ertek, Ö. Z. (2013). *Sınıf öğretmenlerinin medya okuryazarlık düzeyleri* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- EU (2007b). Study on the Current Trends and Approaches to Media Literacy in Europe Executive Summary. [http://ec.europa.eu/avpolicy/media\\_literacy/studies/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/avpolicy/media_literacy/studies/index_en.htm) 10.02.2009 tarihinde alınmıştır.
- European Commission Media Literacy Unit (2011). *Testing and Refining Criteria to Assess Media Literacy Levels in Europe Final Report*. Erişim adresi: <https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/4cbb53b5-689c-4996-b36b-e920df63cd40>
- Gençtürk, E. (2009). *İlköğretim sosyal bilgiler öğretmen adaylarının coğrafya okuryazarlık düzeylerinin belirlenmesi* (Yayımlanmamış doktora tezi). Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Hasdemir, A. T. (2012). Gelenekselden yeni medya okuryazarlığına: Türkiye örneğinde bir değerlendirme. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5 (2), 23-44. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/>
- İnan, T. (2010). *Öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeyleri ve medya okuryazarlığına ilişkin görüşleri* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- İnceoğlu, Y. G. (2006). Medyayı Doğru Okumak. Türkoğlu, N. (Ed.). *Medya Okuryazarlığı*. (4-7) içinde. İstanbul: Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, Erişim adresi: <https://www.academia.edu/>
- Jolls, T. ve Thoman, E. (2008). 21. Yüzyıl Okuryazarlığı (Medya Okuryazarlığına Genel Bir Bakış ve Sınıf İçi Etkinlikler). (Çev: Cevat Elma ve Alper Kesten). İstanbul: Ekinoks Yayınevi.
- Karataş, A. (2008). *Öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeyleri* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon.
- Kartal, O. Y. (2007). *Ortaöğretim 10.sınıf öğrencilerinin televizyon dizilerindeki mesajları algulamalarında medya okuryazarlığının etkisi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.
- Kıncal, R. Y. ve Kartal, O. Y. (2009). Medya okuryazarlığı eğitimi. *Milli Eğitim Dergisi*, 181, 318-333. Erişim adresi: <http://dhgm.meb.gov.tr/>
- Kızıl, M. (2007). *Yükseköğretimde bilgi okuryazarlığı (Selçuk üniversitesi örneği)* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Kress, G. (2005). *Literacy in the new media age* This edition published in the Taylor ve Francis e-Library. ISBN 0-203-29923-X Master e-book ISBN.



- Kurt, A. ve Kürüm, D. (2010). Medya okuryazarlığı ve eleştirel düşünme arasındaki ilişki: kavramsal bir bakış. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2, 20-34. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/>
- Kurudayıoğlu, M. ve Tüzel, S. (2010). 21. yüzyıl okuryazarlık türleri, değişen metin algısı ve Türkçe eğitimi. *TÜBAR*, Sayı:28. 283-298. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/>
- Livingstone, S. (2004). Media literacy and the challenge of new information and communication technologies, *The Communication Review*, 7, 3–14, ISSN: 1071-4421.
- MEB-RTÜK. (2006). *İlköğretim medya okuryazarlığı dersi öğretim programı ve kılavuzu*. Ankara: MEB Talim ve Terbiye Kurulu ve Radyo ve Televizyon Üst Kurulu.
- Mentor, (2008). Study Current on Media literacy in Europe, Chapter I Approaches existing and possible to media literacy. Erişim adresi: [http://www.mediamentor.org/files/attachments/Study\\_Media\\_Literacy\\_in\\_Europe.pdf](http://www.mediamentor.org/files/attachments/Study_Media_Literacy_in_Europe.pdf)
- Nalçaoğlu, H. (2003). *Medya ve toplum ilişkisini anlamak üzere bir çerçeve. medya ve toplum*. İstanbul: IPS İletişim Vakfı.
- Nergis, A. (2011). Okuryazarlık kültürü ve değişen okuryazarlık türleri. *International Online Journal of Educational Sciences*, 3(3). 1133-1154. Erişim adresi: <http://www.turkegitimindeksi.com/>
- Oktay, T. H. (2013). *Demokrasi kültürünü geliştirme aracı olarak medya okuryazarlığı: türkiye uygulaması* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Önal, H. İ. (2007). Medya okuryazarlığı: kütüphanelerde yeni çalışma alanı. *Türk Kütüphaneciliği*, 21 (3) , 335-359. Erişim adresi: <http://tk.org.tr/>
- Özad, E. B. (2006). Medya Okuryazarlığı ve Yetişkinlerin Öğrenmesi. Türkoğlu, N. (Ed.). *Medya Okuryazarlığı*. (55-61) içinde. İstanbul: Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, Erişim adresi: <https://www.academia.edu/>
- Özel, A. (2018). *Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının medya okuryazarlığı algularının incelenmesi* (Yayımlanmamış doktora tezi). Dumlupınar Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Kütahya.
- Pérez, Tornero, J. M. ve Varis, T. (2010). *Media Literacy and New Humanism*, UNESCO Institute for Information Technologies in Education.
- RTÜK. (2007). *Medya okuryazarlığı dersi öğretmen el kitabı*. Ankara: Devlet Kitapları Müdürlüğü.
- Sadriu, S. (2009). *Seçmeli medya okuryazarlığı dersi alan ilköğretim ikinci kademe öğrencilerinin ders sonu çıktıklarına yönelik bir pilot araştırma* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Semiz, L. (2013). *Ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlığı yeterlikleri ve medya okuryazarlığı dersini yürüten öğretmenlerin karşılaştıkları sorunlar*

- (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Rize.
- Sivritepe, S. (2014). *Öğrencilerin medya okuryazarlığı dersine bakışı: Konya ili örneği* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Solmaz, B. ve Yılmaz, R. A. (2012). Medya okuryazarlığı araştırması ve selçuk üniversitesi'nde bir uygulama. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 7(3), 55-61. Erişim adresi: <http://josc.selcuk.edu.tr/>
- Solmaz, T. (2016). *Yeni iletişim teknolojileri bağlamında medya okuryazarlığı* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Söylemez, S, Y. (2012). *Asya ve Okyanusya ülkelerinde medya okuryazarlığı eğitimi: Türkiye ve Yeni Zelanda karşılaştırması* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- Sur, E. (2012). *İlköğretim ikinci kademe öğretmen ve öğrencilerinin medya okuryazarlığına ilişkin görüşleri* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Niğde Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Niğde.
- Şahin, C. (2003). *Coğrafyaya giriş*. Ankara: Gündüz Eğitim ve Yayıncılık.
- Şeylan, S. (2008). *Medya okuryazarlığı ders uygulamalarında dünya üzerinde görülen aksaklıklar* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Kültür Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Tabachnick, B. ve Fidell, L. S. (2015). *Çok değişkenli istatistiklerin kullanımı*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Tan, O. (2015). *Medya okuryazarlığı eğitimi: öğrenci, öğretmen, aile bağlamında örnek bir araştırma* (Yayımlanmamış doktora tezi). Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Taşkıran, N. Ö. (2007). *Medya okuryazarlığına giriş*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Tatar, İ. (2016). *Öğretmen adaylarının medya okuryazarlığı ile çevrimiçi bilgi arama stratejileri arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir.
- Thoman, E. ve Jolls, T. (2003). Literacy for the 21st Century An Overview ve Orientation Guide To Media Literacy Education Center for Media Literacy
- Tomal, N., ve Gür, G. (2018). Coğrafya öğretmenlerinin coğrafya öğretimi ile ilgili medya okuryazarlık düzeyleri, *Gazi Eğitim Bilimleri Dergisi (GEBD)* 1(4) 21~31 ISSN: 2149-4932 E-ISSN: 2149-9381
- Treske, G. (2006). Medya Okuryazarlığı: Neden Gerekli. Türkoğlu, N. (Ed). *Medya Okuryazarlığı*. (8-15) içinde. İstanbul: Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, Erişim adresi: <https://www.academia.edu>
- Tuncer, A. (2013). *Sınıf öğretmenliği ana bilim dalı eğitim fakültesi öğrencilerinin medya okur-yazarlık düzeyleri (izmir örnekleme)* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

- Tutkun, T. (2013). *Öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeyi ile aktif vatandaşlık bileşenlerinden temsili demokrasiye, protesto ve sosyal değişime katılım düzeyi arasındaki ilişki* (Yayımlanmamış doktora tezi). Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Çanakkale.
- Türk Dil Kurumu, (2018). <http://www.tdk.gov.tr/> Erişim tarihi: 25.11.2018.
- Türkiye’de medya okuryazarlığı. (2019, 16 Şubat). Erişim adresi: [https://www.medyakuryazarligi.gov.tr/menu\\_goster.php?Guid=E56CE034-6CEB-41AE-A12C-B618EBEA461B&MenuId=2](https://www.medyakuryazarligi.gov.tr/menu_goster.php?Guid=E56CE034-6CEB-41AE-A12C-B618EBEA461B&MenuId=2)
- UNESCO. (2006). *Media education, a kit for teachers students, parentsand professionals*. Frau-Meigs Divina (Ed.). L’exprimeur-Paris.
- Ünlü, Y. (2017). *Beden eğitimi ve spor öğretmenlerinin medya okuryazarlık düzeyleri ile eleştirel okuryazarlık düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Bartın Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Bartın.
- Yaman, M. (2004). *Magazin coğrafya dergilerinin coğrafya öğretimindeki yerinin değerlendirilmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Yazgan, A. D. (2013). *Öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeyleri ile aktif vatandaşlığa ilişkin demokratik değer düzeyleri arasındaki ilişki* (Yayımlanmamış doktora tezi). Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Çanakkale.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yılmaz, E (2013). *Sınıf öğretmeni adaylarının gazete ve dergi takip etme alışkanlıkları ile eleştirel ve medya okuryazarlık düzeyleri arasındaki ilişki* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Yiğit, Z. (2015). *Sınıf öğretmenlerinin medya ve televizyon okuryazarlık düzeyleri ile eleştirel düşünme eğilimlerinin incelenmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Onsekiz Mart Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Çanakkale.
- Yücedoğan, G. (1997). Medya-kamuoyu ilişkisi. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Sayı 6, 15-163. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/>
- Yüzer, V. T. (2006). Günlük yaşamda internet ve medya ilişkileri. *Selçuk İletişim*, 4, 2. 86-96. Erişim adresi: <http://acikerisim.selcuk.edu.tr:8080/>



**AŞAĞIDAKİ MEDYA OKURYAZARLIK ÖLÇEĞİNDEKİ İFADELERE İLİŞKİN UYGUN SEÇENEĞİ İŞARETLEYİNİZ.**

MEDYA OKURYAZARLIK ÖLÇEĞİ SORULAR		Hiçbir zaman	Nadiren	Ara sıra	Sıklıkla	Her zaman
		1	2	3	4	5
1.	Kitle iletişim araçlarının aktardığı örtük (geri planda kalan) mesajların farkına varırım.					
2.	Kitle iletişim araçlarında yer alan mesajların doğruluğuna ve yanlışlığına kendim karar verebilirim.					
3.	Kitle iletişim araçları tarafından üretilen tüketim kültürü, şiddet vb. değerlerin farkına varırım.					
4.	Kitle iletişim araçlarının politik, ekonomik, kültürel, önceliklerinin olduğunu fark ederim.					
5.	Mesajların hangi amaçlarla (sosyal, sorumluluk, tüketim, bilgi verme, eğlendirme vb.) oluşturulduğunu fark ederim.					
6.	Kitle iletişim araçlarındaki yayınların olumlu ve olumsuz yanlarını belirlerim.					
7.	Kitle iletişim araçlarının yayınlarında kanuni ve etik kurallara bağlı kalınmadığını takip ederim.					
8.	Kitle iletişim araçlarında yanlış habercilik yapıldığının hemen farkına varırım.					
9.	Kitle iletişim araçlarıyla verilen mesajlara eleştirel bir bakış açısıyla bakarım.					
10.	Kitle iletişim araçlarıyla verilen mesajlardaki anlamları çözümlemede yeterliliğe sahibim.					
11.	Kitle iletişim araçlarının bireyleri nasıl etkilediği konusunda yeterliliğe sahibim.					

12.	Kitle iletişim araçlarındaki yayınların olumsuzluklarından korunma konusunda önerilerde bulunurum.					
13.	Kitle iletişim araçlarındaki mesajlara olumlu ve olumsuz tepki veririm.					
14.	Verilen mesajların farklı kitle iletişim araçlarında farklı biçimlerde oluşturulduğunu bilirim.					
15.	Birey olarak kitle iletişim araçlarındaki üretim sürecine ne kadar etkim olabileceğini bilirim.					
16.	Kitle iletişim araçlarında yapılan gizli reklamı fark ederim.					
17.	Sponsorların yayın üzerindeki etkisini gözlemleyebilirim.					

**COĞRAFYA İLE İLGİLİ AŞAĞIDAKİ ETKİNLİKLERİ YAPMA DURUMUNUZ HAKKINDA BİLGİ VERİR MİSİNİZ?**

1. Coğrafya ile ilgili takip ettiğiniz televizyon programlarını (belgesel, tartışma, vb.) takip etme sıklığınızı ve nedeninizi belirtir misiniz?

Televizyon programları	Takip etme sıklığı (günlük, haftalık, aylık)	Nedeni
a.)		
b.)		
c.)		
d.)		

2. Takip ettiğiniz magazin coğrafya (Atlas, National Geographic vb.) ve bilimsel coğrafya dergilerini takip etme sıklığınızı ve nedeninizi belirtir misiniz?

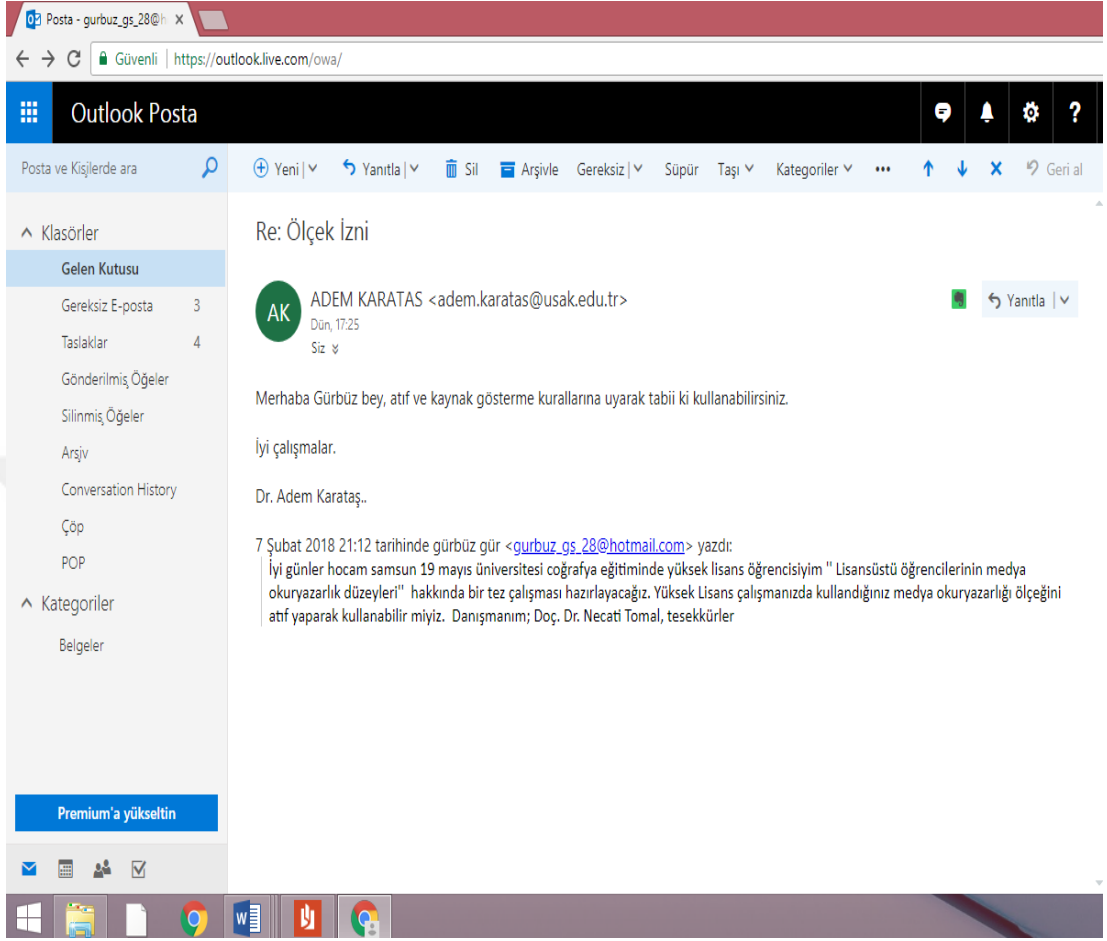
Dergiler	Takip etme sıklığı (aylık, 3 aylık, diğer)	Nedeni
a.)		

b.)		
c.)		
d.)		
3. Takip ettiğiniz coğrafya alanı ile ilgili bilimsel olmayan kitaplar (roman, hikâye, vb.) okuma sıklığınız ve nedenini belirtir misiniz?		
Kitaplar	Okuma sıklığı (haftalık, aylık, diğer)	Nedeni
a.)		
b.)		
c.)		
d.)		
4. Alanınızla ilgili gazetelerden yararlanıyor musunuz? Evet ( ) Hayır ( ) Cevabınız evet ise;		
5. Yararlanma sıklığınızı ve ne amaçla kullandığınızı belirtir misiniz?		
Takip etme sıklığı (günlük, haftalık)	Kullanım amacı	
6. Alanınızla ilgili en çok kullandığınız sosyal medya ağlarını takip etme sıklığınız ve nedenini belirtir misiniz?		
Sosyal medya	Takip etme sıklığı (saatlik, 3 saatte bir, günlük)	Nedeni
a.)		
b.)		

c.)		
d.)		
7. Takip ettiğiniz coğrafya alanı ile ilgili internet siteleri, takip etme sıklığınız ve nedeniniz belirtir misiniz?		
İnternet Siteleri	Takip etme sıklığı (günlük, haftalık, diğer)	Nedeni
a.)		
b.)		
c.)		
d.)		
8. Aşağıdaki bilimsel yayınları yapma sıklığınızı belirtiniz?		
Bilimsel yayınlar	Yazma sıklığı (3, 6 ay, v.)	
a.) Makale		
b.) Kitap		
c.) Kitap bölümü		
d.) Yazılı bildiri		



## Ek-2: Ölçek Kullanım İzni



The screenshot displays the Outlook web interface. The browser address bar shows the URL <https://outlook.live.com/owa/>. The page title is "Outlook Posta". The left sidebar shows the "Klasörler" (Folders) section with "Gelen Kutusu" (Inbox) selected. The main content area shows an email titled "Re: Ölçek İzni" from "ADEM KARATAS <adem.karatas@usak.edu.tr>". The email content is as follows:

Merhaba Gürbüz bey, atıf ve kaynak gösterme kurallarına uyarak tabii ki kullanabilirsiniz.

İyi çalışmalar.

Dr. Adem Karataş..

7 Şubat 2018 21:12 tarihinde Gürbüz Gür <[gurbuz\\_gs\\_28@hotmail.com](mailto:gurbuz_gs_28@hotmail.com)> yazdı:  
İyi günler hocam samsun 19 Mayıs Üniversitesi Coğrafya Eğitiminde Yüksek Lisans Öğrencisiyim " Lisansüstü öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeyleri" hakkında bir tez çalışması hazırlayacağız. Yüksek Lisans çalışmamızda kullandığımız medya okuryazarlığı ölçeğini atıf yaparak kullanabilir miyiz. Danışmanım; Doç. Dr. Necati Tomal, teşekkürler

### Ek-3: Medya Okuryazarlık Ölçeği İçin Etik Kurul Kararı



T.C.  
ONDOKUZ MAYIS ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER ETİK KURUL KARARLARI

KARAR TARİHİ	TOPLANTI SAYISI	KARAR SAYISI
21.03.2018	3	2018 / 86

**KARAR NO:** 2018 - 86  
Üniversitemiz Eğitim Bilimleri Enstitüsü yüksek lisans öğrencisi Gürbüz GÜR'ün Doç. Dr. Necati TOMAL danışmanlığında "Coğrafya Bölümü Lisansüstü Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Düzeyleri" konulu yüksek lisans tezine ilişkin anket ve mülakat çalışmaları okunarak görüşüldü.

Üniversitemiz Eğitim Bilimleri Enstitüsü yüksek lisans öğrencisi Gürbüz GÜR'ün Doç. Dr. Necati TOMAL danışmanlığında "Coğrafya Bölümü Lisansüstü Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Düzeyleri" konulu yüksek lisans tezine ilişkin anket ve mülakat çalışmalarının kabulüne oybirliği ile karar verildi.

ASLI GİBİDİR.

## Ek-4: Anketi Uygulama İçin İzin Belgesi



T.C.  
ONDOKUZ MAYIS ÜNİVERSİTESİ  
Sosyal Bilimler Enstitüsü  
Coğrafya Anabilim Dalı Başkanlığı

Sayı : 96600690-302-E.60551  
Konu : Gurbüz GÜR'ün Anket İçin İzin İsteği

08/06/2018

### SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Anabilim Dalımız yüksek lisans öğrencisi Gurbüz GÜR'ün tez çalışmaları kapsamında anket çalışması ve görüşme yapabilmek için izin verilmesi hususundaki dilekçesi ekte sunulmuş olup Anabilim Dalımızca uygun bulunmuştur.  
Bilgilerinizi ve gereğini arz ederim.

**e-İmzalıdır**

Prof. Dr. Ali UZUN  
Anabilim Dalı Başkanı

Ek: Tarama\_185994\_1

Adres: Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü Kurupelit/SAMSUN  
Telefon: 0362 457 60 27 Faks: 0362 457 60 27  
Elektronik Ağ: <http://www.omu.edu.tr/>

Arzu BOZKURT  
arzu.bozkurt@omu.edu.tr  
Dahili : 5207

5070 Elektronik İmza Kanunu'na uygun olarak Güvenli Elektronik İmza ile üretilmiştir.

## ÖZGEÇMİŞ

GÜR 10.06.1991 tarihinde İstanbul ili Üsküdar İlçesi'nde doğdu. İlköğretim birinci sınıfı Kartal İlçesi'nde geriye kalan ilk, orta ve lise öğrenimini Giresun Çamoluk İlçesi'nde tamamladı. Yükseköğrenimine 2010 yılında Karadeniz Teknik Üniversitesi Fatih Eğitim Fakültesi Coğrafya Öğretmenliğinde başladı ve 2015 yılında bu fakülteyi yüksek onur öğrencisi olarak bitirdi. Aynı yıl Ondokuz Mayıs Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Coğrafya Anabilim Dalında ve Eğitim Bilimleri Enstitüsü Coğrafya Eğitimi Bilim Dalında tezli yüksek lisansa başladı. Sosyal Bilimler Enstitüsü'nden Temmuz 2019 yılında mezun oldu. (Sosyal Bilimler Enstitüsü'ndeki tez çalışması; Orta Karadeniz Bölümünde Şeker Pancarı Tarımının Coğrafi Özellikleri).

### İletişim Bilgileri:

E mail : gurbuzgs28@gmail.com, gurbuz\_gs\_28@hotmail.com  
Telefon :0537-898-25-66

### Bildiriler / Yayınlar :

- Gür G, Duman N. (2015). Senaryo temelli öğretimine örnek: “ulaşım ağları” öğretmen ve adaylarının görüşleri, 2. *Uluslararası Avrasya Eğitim Araştırmaları Kongresi* Ankara.
- Kadioğlu, Y. ve Gür, G, (2017) Çamoluk örneğinde sürdürülebilir yaylacılığın coğrafi analizi. *Academia Scientific Meeting, International Congress of the New Approaches and Technologies for Sustainable Development*, 21-24 September Isparta/TURKEY
- Tomal, N., ve Gür, G. (2018). Coğrafya öğretmenlerinin coğrafya öğretimi ile ilgili medya okuryazarlık düzeyleri. *Gazi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 4(1), 21-31