

**SOSYAL BİLGİLER DERSİNDE
ORTAOKUL ÖĞRENCİLERİNİN
MEDYA OKURYAZARLIĞI
BECERİSİNİN GELİŞTİRİLMESİ**

DOKTORA TEZİ

ARALIK 2023

**SOSYAL BİLGİLER DERSİNDE ORTAOKUL ÖĞRENCİLERİNİN
MEDYA OKURYAZARLIĞI BECERİSİNİN GELİŞTİRİLMESİ**

Güllü ASLAN

DOKTORA TEZİ

**İlköğretim Anabilim Dalı
Sosyal Bilgiler Eğitimi Doktora Programı
Danışman: Arife Figen ERSOY**

**ESKİŞEHİR
Anadolu Üniversitesi
Lisansüstü Eğitimi Enstitüsü
Aralık 2023**

JÜRİ VE ESTİTÜ ONAYI

ÖZET
SOSYAL BİLGİLER DERSİNDE ORTAOKUL ÖĞRENCİLERİNİN MEDYA
OKURYAZARLIĞI BECERİSİNİN GELİŞTİRİLMESİ

Güllü ASLAN

İlköğretim Anabilim Dalı, Sosyal Bilgiler Eğitimi

Anadolu Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Aralık, 2023

Danışman: Prof. Dr. Arife Figen ERSOY

Teknolojik gelişmeler ile birlikte çocuklar hayatın her alanında ve her yerde medya araçlarına ulaşmakta ve medya mesajları ile karşılaşmaktadır. Bireylerin etkili bir vatandaş olabilmesi için medya okuryazarlığı becerisi küçük yaşlardan başlayarak kazandırılmalıdır. Bu becerinin kazandırılmasında katkı sağlayacak derslerden biri de sosyal bilgiler dersidir. Bu araştırmanın amacı, sosyal bilgiler dersinde öğrencilerin medya okuryazarlığı becerilerini geliştirmektir. Araştırmada nitel araştırma desenlerinden eylem araştırması deseni kullanılmıştır. Araştırmanın katılımcıları Ankara ilinde Millî Eğitim Bakanlığı'na bağlı özel bir ortaokulda 7. sınıf öğrencileri ve sosyal bilgiler öğretmeninden oluşmaktadır. Araştırma verileri, öğrenciler ile gerçekleştirilmiş olan bireysel görüşmeler, ders video kayıtları, araştırmacı günlüğü, öğrenci ürünleri, geçerlik komitesi toplantılarının video kayıtları ile toplanmıştır. Araştırmada içerik analiz yaklaşımı kullanılmıştır. Araştırma sonucunda sosyal bilgiler dersinde uygulanan etkinliklerin öğrencilerin medya okuryazarlığı becerisini geliştirmede etkili oldukları belirlenmiştir. Araştırma sonucunda, öğrencilerin medya mesajına ilişkin farkındalıkları artmış, medya mesajının amacını, hedef kitesini, doğru, güvenilir ve güncel bilgiye ulaşma, medya mesajına eleştirel bakabilme, kullanılan ikna ve propaganda tekniklerini bilme, yasal çerçevede, demokratik haklarını kullanarak kendi medya ürününü oluşturma ve paylaşma, rahatsız olduğu ürünlerin içeriklerine yönelik tepkide bulunmaya yönelik gelişmelerin olduğu tespit edilmiştir. Sosyal bilgiler dersinde medya okuryazarlığı becerisinin geliştirilmesi için uygulamalı etkinliklerin yapılması önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Bilgiler, Medya Okuryazarlığı Eğitimi, Medya Okuryazarlığı Becerisi, Eylem araştırması.

ABSTRACT
**DEVELOPING THE MEDIA LITERACY SKILLS OF MIDDLE SCHOOL
STUDENTS IN SOCIAL STUDIES**

Güllü ASLAN

Department of Elementary Education, Social Studies Education
Anadolu University, Graduate Education Institute, December, 2023

Supervisor: Prof. Dr. Arife Figen ERSOY

With technological developments, children have access to media tools and encounter media messages in every aspect of life and everywhere. In order for individuals to be effective citizens, media literacy skills should be acquired starting from an early age. One of the courses that will contribute to the acquisition of this skill is the social studies course. The purpose of this research is to improve students' media literacy skills in social studies course. Action research design, one of the qualitative research designs, was used in the research. The participants of the research consist of 7th grade students and social studies teachers at a private secondary school affiliated with the Ministry of National Education in Ankara. Research data were collected through individual interviews with students, lecture video recordings, researcher diary, student products, and video recordings of validity committee meetings. Content analysis approach was used in the research. As a result of the research, it was determined that students had improvements in media literacy skills in the social studies course. As a result of the research, students' awareness of the media message increased, the ability to access accurate, reliable and up-to-date information about the purpose and target audience of the media message, to look critically at the media message, to know the persuasion and propaganda techniques used, to create their own media product within the legal framework, using their democratic rights, and It has been determined that there are developments in sharing and reacting to the contents of the products that disturb them. It is recommended to carry out practical activities to develop media literacy skills in social studies classes.

Key Words: Social Studies, Media Literacy Education, Media Literacy Skill, Action research.

ÖNSÖZ

Bilim ve teknolojideki hızlı değişim bireyin yaşama uyumunda zorlukların yaşanmasına neden olmaktadır. Demokrasinin gelişebilmesi ve sürdürülebilmesi için bilimi ve teknolojiyi kullanarak ihtiyacı olan bilgiyi bulabilen, üreten, analizler yaparak karar verebilen vatandaşlara ihtiyaç duyulur. Bu ihtiyacın karşılanmasında ise kullanılan en önemli araç ise medyadır. Günümüz toplumunda bireylerin küçük yaşta başlayarak yaşam boyu sürecek kapsamlı, sistematik bir medya okuryazarlığı eğitimine ihtiyaç vardır. Bu bağlamda medya okuryazarlığı becerisi sosyal bilgiler dersinde öğrenciler kazandırılması gereken temel beceriler içerisinde yer almaktadır. Bu araştırmada sosyal bilgiler dersinde öğrencilerin medya okuryazarlığı becerisini geliştirmeyi amaçlamıştır.

Araştırma süreci boyunca birçok hocamın değerli fikirlerinden yararlandım. İlk olarak doktora süreci boyunca kattığı insani değerlerin yanı sıra akademik deneyimi ile yolunu aydınlatan, bana yol gösteren bilge kişiliği ile karşılaştığım problemlere içtenlikle çözüm bulan, eylem araştırması için beni destekleyen, sabırla dinleyen ve gece yarılarında bile telefonlarıma cevap veren değerli danışman hocam Prof. Dr. Arife Figen ERSOY'a çok teşekkür ederim.

Lisans eğitimimden itibaren araştırmanın konusuna ilgi duymama vesile olan, kıymetli bilgi ve deneyimleri ile bana yol gösteren, araştırma süreci boyunca fikirleri ile katkı sağlayan aynı zamanda insani değerleri ile bana örnek olan ve tez jürimde yer alan değerli hocam Prof. Dr. Adnan ALTUN'a çok teşekkür ederim.

Doktora tez izleme komitesinde ve tez jürimde ve eylem geçerlik komitesinde yer alan uygulama süreci boyunca görüş ve önerileri ile katkı sağlayan değerli hocalarım, Doç. Dr. Hıdır KARADUMAN'a, Prof. Dr. Adile Aşkın KURT'a ve Doç. Dr. Türkan ÇELİK'e yapmış oldukları değerlendirme ve önerilerinden dolayı teşekkürlerimi sunuyorum.

Araştırmanın uygulama sürecinde düzenli olarak gerçekleştirilen eylem geçerlik komitesine katılım sağlayarak araştırma süreci için görüş ve önerileri ile katkı sunan Dr. Öğr. Üyesi Uğur GEZER ve Doç. Dr. Sercan BURSA'ya teşekkür ederim.

Araştırmanın gerçekleştirildiği ve aynı zamanda öğretmen olarak görev aldığım başta uygulamayı yaptığım 7/B sınıfındaki sevgili öğrencilerime ve ailelerine, okul idarecilerine, bu süreçte destekleri ile yanımda olan öğretmen arkadaşlarıma teşekkürü bir borç bilirim.

Doktora eğitiminin tanışmamıza vesile olduğu, birlikte başladığımız bu zorlu süreci birlikte atlattığımız dostlarım Dr. Tuba ERTUĞRUL, Dr. Ayşe TOSUN ve Dr. Seher AZRAK ve Dr. Yakup AZRAK' a teşekkür ederim.

Son olarak aramızda olmasalar da bilge kişiliği ve olgunluğu ile bizi yetiştiren babamı, hayatım boyunca olduğu gibi teze başladığım andan itibaren hep yanı başımda olan tezimin sonlarına doğru aramızdan ayrılan, son zamanlarında bile hayata karşı pozitif, hoşgörülü ve mücadeleci olmayı öğreten annemi saygı ve minnetle anıyorum.

Hayattaki şanslarım olan ablalarım Çelen ve Sabire'ye her koşulda desteğini hissettiğim hayattaki en büyük şansım olan ağabeyim Hüseyin ASLAN'a, varlıkları ile beni mutlu eden yeğenlerime, adını sayamadığım sevgi dolu geniş ailemin, her birine ayrı ayrı teşekkür ederim.

15/01/2024

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Bu tezin bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu olmak üzere tüm aşamalarında bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmamın Anadolu Üniversitesi tarafından kullanılan “bilimsel intihal tespit programı”yla tarandığını ve hiçbir şekilde “intihal içermediğini” beyan ederim. Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçlara razı olduğumu bildiririm.

Güllü ASLAN

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa</u>
JÜRİ VE ESTİTÜ ONAYI.....	i
ÖZET	iii
ABSTRACT.....	iv
ÖNSÖZ	v
ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ.....	vii
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	xvi
GÖRSELLER DİZİNİ	xvii
KISALTMALAR DİZİNİ	xviii
1.GİRİŞ	1
1.1. Problem	1
1.2.Araştırmanın Amacı	8
1.3. Araştırmanın Önemi.....	9
1.4. Araştırmanın Sınırlılıkları.....	10
1.5. Tanımlar	11
2. KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE.....	13
2.1. Sosyal Bilgiler Eğitimi	13
2.1.1. Sosyal bilgilerin tanımı ve kapsamı.....	13
2.1.2. Sosyal bilgiler öğretim programı.....	17
2.2. Sosyal Bilgiler Eğitimi ve Medya Okuryazarlığı	21
2.2.1. Medya okuryazarlığı kavramı	21
2.2.1.1.Geleneksel medya okuryazarlığı kapsamındaki ana akım yaklaşımlar ..	27
2.2.1.2. Yeni medya okuryazarlığı kapsamındaki eleştirel yaklaşımlar	27
2.2.1.3. Medya okuryazarlığı spesifik uzman yaklaşımları.....	28
2.2.1.4.Medya okuryazarlığının İlkeleri.....	30
2.2.2. Medya okuryazarlığı eğitimi.....	35
2.2.3. Medya okuryazarlığı becerisi	36

2.2.4. Sosyal bilgiler ve medya okuryazarlığı eğitimi	43
2.3.İlgili Araştırmalar	52
2.3.1.Yurt içinde yapılmış araştırmalar	52
2.3.3. Yurt dışında yapılan çalışmalar	60
3.YÖNTEM	68
3.1. Araştırma Deseni	68
3.1.1. Eylem araştırması	68
3.1.1.1.Teknik/bilimsel/işbirlikçi eylem araştırması	71
3.1.1.2.Özgürleştirici/geliştirici/eleştirel eylem araştırması	71
3.1.1.3. Uygulama/karşılıklı işbirliği/ /tartışma odaklı eylem araştırması..	71
3.1.2. Eylem Araştırması Süreci	72
3.1.2.1. Sorunun belirlenmesi ve sınırlanması.....	76
3.1.2.2. Bilgi Toplanması	77
3.1.2.3. Alanyazın Taraması.....	78
3.1.2.4. Araştırma Eylem Planlarının Geliştirilmesi.....	79
3.1.2.5. Eylem Planlarının Uygulanması ve Değerlendirilmesi.....	81
3.2.2.6. Veri Toplanması ve Analizi.....	82
3.2.2.7. Araştırma Raporunun Yazılması	83
3.2. Araştırma Sahası ve Katılımcılar	83
3.2.1. Araştırma Okulu.....	83
3.2.1.2 Araştırma Sınıfı.....	84
3.2.2 Katılımcılar.....	86
3.2.2.1. Öğrenciler	86
3.2.2.2. Öğretmen	88
3.2.2.3 Geçerlik komitesi üyeleri.....	88
3.3.Verilerin Toplanması.....	88
3.3.1. Görüşme.....	89

3.3.1.1. Öğrenci Görüşme Formunun Oluşturulması.....	89
3.3.1.2. Görüşmelerin Yapılması	92
3.3.2. Gözlem ve video kayıtları.....	93
3.3.3. Araştırmacı Günlüğü.....	95
3.3.4. Öğrenci ürünleri	95
3.4. Verilerin Analizi.....	98
3.4.1.Verilerin yazılı forma aktarılması.....	101
3.4.1.1. İçerik analiz için kodların belirlenmesi	102
3.4.1.2. Genel bir çerçevede içinde yapılan kodlama	102
3.4.2. Bulguların tanımlanması ve yorumlanması	103
3.4.2.1.Yarı yapılandırılmış görüşmelerin analizi.....	104
3.4.2.2. Öğrenci çalışmaları.....	105
3.4.2.3. Ders kayıtları.....	106
3.4.2.4.Geçerlik komitesi toplantı/görüşme kayıtları.....	106
3.5. Araştırmacı Rolü.....	107
3.6. Geçerlik Güvenirlik Komitesi.....	109
3.7. İnandırıcılık.....	112
3.7.1. Uzun süreli katılım.....	113
3.7.2. Derin odaklı veri toplama	114
3.7.3. Uzun süreli gözlem.....	114
3.7. 4. Uzman incelemesi (Üye denetimi)	115
3.7.5. Araştırmacının duruşunun açıklanması.....	115
3.7.6. Çeşitleme.....	116
3.7.7. Katılımcı teyidi.....	116
3.8.Aktarılabilirlik (Transfer Edilebilirlik).....	117
3.9. Tutarlık.....	117
3.10. Doğrulanabilirlik/Onaylanabilirlik.....	118

3.11. Araştırma etiği	118
3.12. Uygulama sürecinde yaşanan güçlükler	120
4. BULGULAR.....	121
4.1. Medya Okuryazarlığı Becerisi	121
4.1.1. Farkındalık becerisi.....	121
4.1.1.1. Öğrencilerin Farkındalık Becerisi Mevcut durum ve Eksiklikleri	121
4.1.1.2. Farkındalık Becerisi Eylem Planları.....	125
4.1.1.3. Öğrencilerin Farkındalık Becerisindeki Gelişmeler	140
4.1.2. Erişim Becerisi	155
4.1.2.1. Öğrencilerin Erişim Becerisi Mevcut Durum ve Eksiklikleri	155
4.1.2.2. Erişim becerisi eylem planları	160
4.1.2.3 Erişim becerisindeki gelişmeler	172
4.1.3. Analiz ve Değerlendirme Becerisi	181
4.1.3.1. Öğrencilerin analiz ve değerlendirme becerisi mevcut durum	181
4.1.3.2. Analiz ve değerlendirme becerisi eylem planları	186
4.1.3.3. Öğrencilerin analiz ve değerlendirme becerisindeki gelişmeler	202
4.1.4. Üretim Becerisi.....	213
4.4.1. Öğrencilerin Üretim Becerisi Mevcut durum ve Eksiklikler.....	213
4.1.4.2. Üretim becerisi eylem planları.....	215
4.1.5. Paylaşım Becerisi	228
4.1.5.1. Öğrencilerin paylaşım becerisi mevcut durum	228
4.1.5.3. Öğrencilerin paylaşım becerisindeki gelişmeler	237
4.1.6. Aktivizm Becerisi	244
4.1.6.1. Öğrencilerin aktivizm becerisi mevcut durum	244
4.1.6.2. Aktivizm becerisi eylem planları	246
4.1.6.3 Öğrencilerin aktivizm becerisindeki gelişmeler	251
5. SONUÇLAR, TARTIŞMA VE ÖNERİLER.....	256

5.1.Sonuçlar	256
5.1.1. Öğrencilerin farkındalık becerisine ilişkin sonuçlar	256
5.1.2. Öğrencilerin erişim becerisine ilişkin sonuçlar	257
5.1.3. Öğrencilerin analiz ve değerlendirme becerisine ilişkin sonuçlar.....	257
5.1.4. Öğrencilerin üretim becerisine ilişkin sonuçlar	258
5.1.5. Öğrencilerin paylaşım becerisine ilişkin sonuçlar	259
5.1.6. Öğrencilerin aktivizm becerisine ilişkin sonuçlar.....	259
5.2. Tartışma.....	260
5.2. Öneriler.....	267
5.2.1.Uygulamaya dair öneriler	267
5.2.2. Yapılacak araştırmalara yönelik öneriler	267
KAYNAKÇA.....	269

EKLER

ÖZGEÇMİŞ

TABLolar DİZİNİ

Sayfa

Tablo 2.1. Sosyal Bilgiler Öğretim Programı'nda Yer Alan Temel Beceriler.....	19
Tablo.2.2. Medya okuryazarlığı ilkeleri, anahtar sorular, çıkarımlar	49
Tablo 2.3. Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı'nda (2018) öğrenme alanları ve medya okuryazarlığına ilişkin beceriler.....	51
Tablo 2.4. Medya okuryazarlığı becerisine ilişkin kazanım ve öğrenme alanları	51
Tablo 3.1. Sosyal Bilgiler Dersinde Ortaokul Öğrencilerinin Medya Okuryazarlığı Becerisinin Geliştirilmesine ilişkin eylem planları.....	80
Tablo 3.2. Öğrenme alanı, Kazanımlar ve uygulandığı eylem planları	81
Tablo 3.3. Öğrenci Kişisel Bilgileri, Anne, Baba Eğitim Durumu ve Mesleği	87
Tablo 3.4. Görüşme tarih ve süreleri.....	93
Tablo 3.5. Geçerlilik Komitesi Gözlem Bilgileri.....	94
Tablo 3.6. Araştırmada geliştirilen öğrenci ürünleri	96
Tablo 3.7. Geçerlilik Komitesi Toplantı Takvim	111
Tablo 3.8. Güvenirliliği Sağlamak İçin Takip Edilen Yol;	113
Tablo 4.1. Öğrencilerin Farkındalık Becerisine İlişkin Görüşleri (Mevcut durum) ...	122
Tablo 4.2. Farkındalık Becerisine İlişkin Birinci Eylem Planı	126
Tablo 4.3. Farkındalık Becerisine İlişkin İkinci Eylem Planı	130
Tablo 4.4. Farkındalık Becerisine İlişkin Ek Eylem Planı.....	137
Tablo 4.5. Öğrencilerin Farkındalık Becerisinin Gelişimine Yönelik Görüşleri	141
Tablo 4.6. Öğrencilerin Erişim Becerisine İlişkin Görüşleri (Mevcut durum)	156
Tablo 4.7. Erişim Becerisine İlişkin Üçüncü Eylem Planı.....	161
Tablo 4.8. Erişim Becerisine İlişkin Dördüncü Eylem Planı	166
Tablo 4.9. Öğrencilerin Erişim Becerisinin Gelişimine Yönelik Görüşleri.....	173
Tablo 4.10. Öğrencilerin Analiz ve Değerlendirme Becerisine İlişkin Görüşleri (Mevcut durum).....	182
Tablo 4.11. Analiz ve Değerlendirme Becerisine İlişkin Beşinci Eylem Planı	187
Tablo 4.12. Analiz ve Değerlendirme Becerisine İlişkin Beşinci Eylem Planı	194
Tablo 4.13. Öğrencilerin Analiz ve Değerlendirme Becerisinin Gelişimine Yönelik Görüşleri	203
Tablo 4.14. Öğrencilerin Üretim Becerisine İlişkin Görüşleri (Mevcut durum)	213
Tablo 4.15. Üretim Becerisine İlişkin Yedinci ve Sekizinci Eylem Planı	215

Tablo 4.16. Öğrencilerin Üretim Becerisinin Gelişimine Yönelik Görüşleri	222
Tablo 4.17. Öğrencilerin Paylaşım Becerisine İlişkin Görüşleri (Mevcut durum)	228
Tablo 4.18. Paylaşım Becerisine İlişkin Dokuzuncu ve Onuncu Eylem Planı	232
Tablo 4.19. Öğrencilerin Paylaşım Becerisinin Gelişimine Yönelik Görüşleri.....	238
Tablo 4.20. Öğrencilerin Aktivizm Becerisine İlişkin Görüşleri (Mevcut durum).....	244
Tablo 4.21. Aktivizm Becerisine İlişkin Onuncu Eylem Planı.....	247
Tablo 4.22. Öğrencilerin Aktivizm Becerisinin Gelişimine Yönelik Görüşleri	252

ŞEKİLLER DİZİNİ

	<u>Sayfa</u>
Şekil 3.1. Mills'in (2011, s.112) döngüsel eylem araştırması modeli.....	74
Şekil 3.2. Sosyal Bilgiler Dersinde Ortaokul Öğrencilerinin Medya Okuryazarlığı Becerisinin Geliştirilmesine ilişkin eylem araştırması şeması.....	75
Şekil 3.3. 7/B Sınıfının Oturma Planı.....	85
Şekil 8.4. Sistematik Analitik Süreci Kaynak: Miles ve Huberman (1994, Akt. Gürgür, 201, s.67).....	99

GÖRSELLER DİZİNİ

	<u>Sayfa</u>
Görsel 4.1. Eylem Planlarına İlişkin Yazışma Fotoğrafları.....	140
Görsel 4.2. Farkındalık Becerisi Etkinlikleri Örnekleri.....	148
Görsel 4.3. Farkındalık Becerisi Grup 3 Afiş Çalışması.....	151
Görsel 4.4. Erişim Becerisi Etkinlikleri Örnekleri.....	178
Görsel 4.5. Erişim Becerisi Etkinlik Örnekleri.....	179
Görsel 4.6. Paylaşılan Analiz ve Değerlendirme Becerisi Etkinlik Örnekleri.....	210
Görsel 4.7. Üretim Becerisinde Etkinlikleri Örnekleri.....	226
Görsel 4.8. Paylaşım Becerisi Etkinlik Örnekler.....	242
Görsel 4.9. Aktivizm Becerisi Dilekçe Örneği.....	255

KISALTMALAR DİZİNİ

MEB: Milli Eğitim Bakanlığı

RTÜK: Radyo ve Televizyon Üst Kurulu

SBÖP: Sosyal Bilgiler Eğitim Programı

TÜİK: Türkiye İstatistik Kurumu

MOY: Medya Okuryazarlığı

1.GİRİŞ

Bu bölümde araştırmanın problemine, araştırmanın amacına, önemine, sınırlılıklarına ve araştırmaya ilişkin kavramların tanımlarına yer verilmiştir.

1.1.Problem

Teknolojik ilerlemeler, medyaya ulaşımı kolaylaştırarak dünyayı küresel bir köy haline dönüştürmüştür. Bu nedenle, insanlar, sadece kendi toplumlarında değil aynı zamanda dünya genelinde de meydana gelen olaylardan haberdar olmakta ve bunlardan etkilenmektedir. Toplumun farklı biçimlerde etkisi altına alan medya, günümüzde demokrasiyi, kültürü, eğitimi, ekonomiyi ve sosyal ilişkileri değiştirip dönüştürebilmektedir. Medya; bireyleri, toplumları ve grupları bir araya getirerek etkiye açık kitlelere dönüştürebilmektedir. Böylece medya insanları coşkuya, hüsrana veya şiddete sürükleyeceği gibi kültürel ve eğitsel gelişimine de önyak olabilmektedir (İnce 2019; Kuş, 2013; Vural, 2000). Aynı zamanda medya, toplumda özellikle gençlerin siyaset, tarih ve yönetimlere yönelik tutum ve görüşlerin oluşmasında gün geçtikçe daha etkili bir rol oynamaktadır (Graber, 1984; Gerbner, 1999; Iyengar ve Kinder, 1982). Medya artık insanların özel web sitelerini oluşturduğu, sosyal medya platformlarında kendi fikirlerini paylaştığı ve sanal-sosyal topluluklarda gruplarla etkileşimde bulunduğu bir sosyal alan haline gelmiştir. Medya, bireylerin kendilerini ifade etmelerine olanak sağlamanın ötesinde, haberler, reklamlar, sosyal medya içerikleri, filmler, diziler, belgeseller gibi birçok formu ile insanların dünya görüşlerinin ve bakış açılarının şekillenmesinde etkili olmaktadır (Susanti, 2015; UNESCO, 2011). Özellikle, akıllı telefonların kullanımının yaygınlaşması ile medya hayatın her alanına nüfuz etmiştir. Kamuoyu oluşturmadan eğlenceye, iletişimden bilgi edinmeye kadar farklı işlevlerde kullanılmaktadır. Bununla birlikte medya ekonomik kazanç sağlama amacıyla da kullanılmaktadır.

Toplumlarda teknolojinin ilerlemesi ve yaygınlaşması çocukların da medyaya kolay erişmesine ve ulaşmasına neden olmuştur. Yetişkinlerin ve özellikle ebeveynlerin cep telefonu gibi ulaşım kolaylığı olan dijital araçları sürekli kullanmaları, çocukların medya araçlarına erişimini ve kullanımını kolaylaştırarak, çocukların da sürekli medya ile yüz yüze kalmalarına sebep olmuştur. Çocukların internet, sosyal medya, televizyon, oyun siteleri gibi diğer medya sistemlerinde harcadıkları süre artmış, bu durum onların

üzerinde olumlu ve olumsuz etkilere neden olmuştur (Ardıç ve Altun, 2019; Baharuddin, 2018; Jols ve Thoman, 2008; Yılmaz ve Güney, 2021). Yapılan çalışmalar öğrencilerin yaklaşık %17'si sosyal medyayı 9 yaşından itibaren kullanmaya başladığını göstermiştir. Martin, vd., (2018) yapmış olduğu araştırmada sosyal medyayı kız öğrencilerin erkek öğrencilerden daha da erken kullanmaya başladığını ortaya koymuştur. Türkiye'de de medya araçları çocuklar ve gençler arasında giderek daha çok kullanılmaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından verilerine göre, internete erişimi olan hane oranı %94,1'dir ve internet kullanan bireylerin oranı %85,0'dır. Ayrıca 16-74 yaş grubundaki bireylerin internet kullanım oranı 2021 yılında %82,6 iken 2022 yılında %85,0'a ulaşarak arttığı görülmüştür (TÜİK, 2022). Bununla birlikte gençlerin sosyal medyada günlük ortalama 4 saat 16 dakika zaman geçirdikleri belirlenmiştir (Çömlekçi ve Boşol, 2019). Alanyazında ve yapılan birçok araştırmada medyanın çocuklar üzerindeki olumlu ve olumsuz etkileri olduğu belirtilmektedir.

Medya araçlarının olumlu etkileri incelendiğinde, çocuklar medyayı doğru kullandıklarında yaşamlarını zenginleştirdikleri ve sağlıklı davranışlarını değiştirdikleri görülmektedir. Medya, özellikle genç kuşakların eleştirel düşünme, yaratıcı düşünme ve problem çözme becerilerini geliştirmekte ve bilgi düzeyini artırmaktadır (Kangur, 2020; Yılmaz ve Güney 2021). Bunlara ek olarak, gençler ve çocukların özellikle sosyal medyada çevrim içi topluluklar oluşturmaları ve bu toplulukların bir parçası haline gelmeleri, çocukların katılımını artırarak toplumsal duyarlılıklarını geliştirdiğini ortaya koymuştur (O'keefe ve Clarke-Pearson, 2011)

Modern toplumun bir parçası olan medyanın, olumlu yönlerinin yanı sıra çocuklar üzerinde bir dizi olumsuz etkileri de bulunmaktadır. Medyanın aşırı kullanımı, çocukların fiziksel ve psikolojik sağlıklarını ve sosyal gelişimlerini olumsuz etkilemekte özellikle şiddet ve saldırganlık eğilimlerini artırmaktadır. Ayrıca medyanın aşırı kullanımının, çocuklarda obezite, beslenme ve yeme bozuklukları gibi fiziksel sorunlara yol açtığı, madde kullanımını artırdığı ve erken yaşta cinselliği uyardığı belirlenmiştir (Agarwal ve Dhanasekaran 2012). Bununla birlikte medya bağımlılık oluşturarak, çocuklarda obsesif-kompulsif davranışlar, konsantrasyon sorunları ve diğer dikkat bozukluklarına neden olmaktadır (Ahandani ve Taasobi, 2015). Medyanın çocukların düşünme gücünü, pratik düşünmesini, hayal kurma yeteneklerini, sanatsal faaliyetlerini ve sosyal becerilerini azalttığı gözlemlenmiştir. Ayrıca, medyanın özellikle gençlerde "zayıf olmanın güzel anlamına geldiği" gibi fiziksel imajlar oluşturduğu ve bu fiziksel imajları taşımayan gençlerin akranları tarafından kabul edilmeyecekleri gibi yanlış

inanişlara neden olduğu belirlenmiştir. Bu durumun gençler için tehlikeli sonuçlara yol açabileceği ifade edilmiştir (Ahandani ve Taasobi, 2015; Yılmaz ve Güney, 2021). Medyanın fazla kullanımı sonucu çocuklarda sinirlilik ve strese duyarlılık artmaktadır (Ahandani ve Taasobi, 2015; Martin, vd., 2018). Medya, çocuklarda bağımlılık, sosyal ve cinsel davranış problemleri, sosyal sorunlarla başa çıkma, olumlu sosyal davranışlarda azalma ve şiddete karşı duyarsızlaşma gibi olumsuz davranışlara da sebep olabilmektedir. Ayrıca, çocuklarda gece korkuları, travma sonrası stres bozuklukları ve kendine zarar verme düşüncesi gibi psiko-sosyal sorunlar da ortaya çıkabilmektedir. Medyanın, çocuklarda hafıza bozulması ve bilişsel becerilerde azalma gibi olumsuz etkileri de olduğu ve bu durumun akademik başarılarına olumsuz yansıdığı, okul başarısında azalma ve öğrenme güçlüklerine yol açtığı belirlenmiştir (Yılmaz ve Güney, 2021). Bunun yanı sıra, medya çocuklar için çeşitli güvenlik riskleri de barındırmaktadır. Araştırmalar, öğrencilerin yaklaşık %40'ının yabancıardan gelen arkadaşlık isteklerini kabul ettiğini göstermektedir. Sosyal medya kullanımında tanımadıkları insanlarla etkileşim ve özellikle kişisel bilgilerin çevrimiçi olarak paylaşılması gibi gizlilik sorunları ortaya çıkabileceği vurgulanmıştır. Güvenlik kaygılarına ek olarak, çocukların siber zorbalık ve cinsel ve şiddet içerikli materyallere maruz kalması gibi sorunlar da dikkat çekmektedir (Ahandani ve Taasobi, 2015). Bu sonuçlar, medyada çocukların güvenliği açısından çeşitli tehlikelerin olabileceğini göstermektedir (Martin, vd., 2018). Bu durum, çocukların medya kullanırken öz denetimlerini sağlamalarının ve medyanın doğru kullanımı konusunda eğitimin ne kadar gerekli olduğunu ortaya koymaktadır. Medya kullanım oranlarının her yıl artması nedeniyle medyanın insanlar ve toplumlar üzerindeki olumsuz etkilerini azaltmak için bireylerin doğru bilgiye ulaşma, bilgiyi analiz etme ve doğru karar verebilme konusunda medya okuryazarlığı becerilerinin geliştirmeyi amaçlayan bir eğitime ihtiyaç olduğu giderek daha çok hissedilmektedir.

Medyanın kullanımındaki artış, çocukların medyayı öğrenme aracı olarak kullanımını da teşvik etmiştir. Medya, öğrencilerin sınıf dışında medya üzerinden iletişim kurmalarına, ödevler, projeler gibi ortak çalışmalar yapmalarına olanak sağlayarak daha fazla sınıf dışı öğrenme ortamı sunmaktadır (O'keefe ve Clarke-Pearson, 2011). Günümüzde ekran medyası, çocukların bilgi ve okuryazarlık becerilerini zenginleştirerek çocukların akademik yeterliklerinin artırmada katkı sunabilir. Ekran tabanlı programlar ve yaklaşımlar, çocukları özerkliğe teşvik edebilir, işbirliğine dayalı öğrenme ve sorgulama olanağı sağlayabilir. Dinamik yazılım, kaliteli uygulama ve oyunlar, öğrenme

boşluklarını azaltarak matematikteki yeterliliği arttırabilir (Canadian Peadiatric Society, 2019).

Günümüzde çocuklar, teknoloji ile çevresinde olup bitenler hakkında bilgilere, geçmişte olduğu gibi yalnızca kâğıt üzerindeki sözcüklerden değil, çok daha fazla resimli, sesli medya mesajı ile ulaşmaktadırlar. Ancak, çocuklar bu bilgileri edinmeye çalışırken, birçok medya mesajı ile bilgi selinde boğulma riski ile karşı karşıya kalmaktadır (Ardıç ve Altun, 2019; Hattani, 2019). Çocukların karşısına çıkan medya mesajları, amaçlı olarak işlenerek ve kurgulanarak üretilmektedir. Üretilen bu mesajlar derin anlamlar içeren, duygusal unsurları barındıran ve teşvik edilmek istenen değeri içeren bir dil ile oluşturulur (Şahin, 2011). Çocuklara iletilen ve çocukları etkileyen mesajlar basit, açık, anlaşılabilir gibi görünse de bu mesajların oluşturulmasının kendine özgü kuralları vardır. Bu mesajlarda dünyanın hakkında değişik kavram ve düşünceleri içeren karmaşık işitsel ve görsel bir dil kullanılmaktadır. Başlangıçta çocuklar medyadaki bu dili açık bir şekilde görmeyebilir ve çocuklar için imgeler çok hızlı geçebilir. Çocukların bu medya dilinin kurallarını öğrenerek yaşama hazırlanmaları gerekir (Joll ve Thoman, 2008). Dolayısıyla medyanın çocuklar tarafından kolayca erişilmesi ve yaygın olarak kullanılması medya okuryazarlığı eğitiminin gerekliliğini daha da çok ortaya koymuştur (Livingstone, 2004). Çocukların medyayı etkili kullanabilmeleri ve medya mesajlarını doğru algılayabilmeleri için çocukların medya okuryazarı olmaları gerçeği çağın bir gerekliliği olarak karşımıza çıkmaktadır. Eğitim kurumlarına bu becerinin çocuklara kazandırılmasında önemli sorumluluklar düşmektedir. Bu durum medya okuryazarlığı eğitiminin eğitim programlarında yer almasını zorunlu kılmıştır.

Demokratik toplumlular çocukları yaşama hazırlamak, toplumu dönüştürmek, çağın ihtiyacı olan becerilerle donanmış bireyler yetiştirmeyi amaçlarken eğitimden yararlanırlar. İçinde bulunduğumuz dönemde eğitimin toplumları dönüştürme ve bireyleri yetiştirme gücüne her zamankinden daha fazla ihtiyaç vardır (Öztürk, 2012). Eğitime daha fazla ihtiyaç olmasının sebebi günümüzde değişimin çok hızlı olması ve insanların değişime ayak uydurmakta zorluk yaşamasından kaynaklanmaktadır. Demokratik bir toplum için değişimdeki bu zorluklarla baş etmenin en iyi yolu ise çocukları ve gençleri haklarını ve sorumluluklarını anlayan ve kullanabilen bireyler olarak yetiştirmekten geçmektedir. Toplumları bu hedefe ulaştırmanın en önemli aracı ise eğitimidir (Taşkıran, Baş ve Bulut, 2016). Eğitim bireyleri bilgi, değer, beceri ve tutumlarla donatmada kilit bir role sahiptir (UNESCO, 2022). Çocuklar için medya mesajlarının doğru bir şekilde okunması basit gibi görünse de aslında oldukça

karmaşıktır. Bu durum çocuklara yıllardır okuma yazmayı öğrettiğimiz gibi medyanın dilini de medya okuryazarlığı becerisini de öğretmemizi zorunlu hale getirmiştir (Joll ve Thoman, 2008). Bu süreçte önemli bir role sahip olan derslerin başında ise sosyal bilgiler dersi gelmektedir.

Teknolojinin gelişmesi ve medyanın yaygın kullanımı ile bireylerin ulusal ve uluslararası sorunlara maruz kalması, bu sorunlara çözüm üretmeye çalışarak yaşamını sürdürmesine neden olmaktadır. Bu koşullarda yaşayan bireylerin demokrasi kültürüne sahip çıkan aktif bir vatandaş olarak, katılım sağlayan, karar veren, sorumluluk alan ve çeşitli beceriler ile donanmış bireyler olması gerekmektedir (Aydoğdu, 2021). Bu kapsamda sosyal bilgiler dersi önemli bir rol üstlenmektedir. Sosyal bilgiler, bireylerin toplumsal yaşamda gerekli olan vatandaşlık yetkinliklerini gerçekleştirmesi için sosyal bilimlerden yararlanarak, disiplinlerarası bakış açısıyla, oluşturulmuş bir ders olarak öğrencilere bu temel becerileri kazandırmayı amaçlar (Barth, 1991). Sosyal bilgiler dersi, öğrencileri aktif ve bilinçli bir vatandaş olarak yetişmesini amaçlarken aynı zamanda bilim ve teknolojiden yararlanma becerilerini de geliştirir. Bu becerilerin kazanılması ile öğrenciler teknolojinin kullanırken düşünce özgürlüğü ve kendini ifade etme gibi haklarını kullanarak karar verme, sosyal katılım becerisi ve medya okuryazarlığı becerisini geliştirmeye çalışır. Öğrencilerin medya okuryazarlığı becerisinin geliştirilmesi, doğru bilgi alma haklarının ihlal edilmesi ve kişisel bilgilerin korunmasına ilişkin karşılaştıkları sorunlara yönelik demokratik çözüm bulmalarında yardımcı olacaktır. Böylece, sosyal bilgiler dersi öğrencilerin medya okuryazarlığı becerisini geliştirerek toplumda demokrasi kültürünün gelişmesine katkı sağlayacaktır (Güven, 2011; MEB, 2018; Preston, 1974). Bu bağlamda medya okuryazarlığı becerisinin sosyal bilgiler dersinde öğrencilere kazandırılması önem arz etmektedir.

Demokrasi kültürünün oluşmadığı toplumlarda genç nüfusu tehdit eden birçok düşünce medya aracılığı ile yayılabilmektedir. Bu düşünceler, gençler bilinçlendirilmediği sürece toplumlar için tehlike oluşturabilmektedir. Bu durumu engelleyecek ve demokrasi kültürünü kazandırma amacına sahip olan derslerin başında ise sosyal bilgiler dersi gelmektedir. Sosyal bilgiler dersi ile öğrencileri tehdit eden bu düşüncelere karşı temel insan haklarını, özgürlükleri, seçimleri ve yurttaşlık bilinci gibi demokrasi kavramını içeren konuları öğretmek medya okuryazarlığı becerilerinin geliştirilmesine katkı sağlamaya çalışılmalıdır (Akdağ ve Taşkaya, 2011).

Medya araçları doğru kullanıldığında, özgürlük, seçim, yurttaşlık bilinci gibi kavramların medya üzerinden yayılmasını sağlayarak aslında demokrasinin gelişimine

katkı da sağlayabilir. Demokratik toplumlar, insan iradesine güvenme, öz denetin sağlayan bireyler yetiştirme, insanların doğru karar almasını ve karşılaştıkları sorunları mantıklı barışçıl yollarla çözme becerilerinin geliştirmede medya araçlarından yararlanır. Bu bağlamda sosyal bilgiler dersi demokratik bir toplum oluşturmak için bireylere eleştirel düşünme, araştırma yapma, problem çözme, karar verme, iletişim, kalıp yargıları ve ön yargıları fark etme gibi birçok önemli beceriyi kazandırmaya çalışmaktadır. Bu önemli becerilerden biri de medya okuryazarlığı becerisidir (Doğanay, 2012).

Sosyal bilgiler dersi eskiden olduğu gibi öğrenciler için sadece iki kapaklı bir kitap ve dört duvar arasında bilgi aktarımının gerçekleştirileceği bir ders olarak görülmemelidir. Öğrencinin çağın teknolojisinden yararlanarak bilgiyi elde ettiği, eleştirel, bilimsel ve sistematik düşünme becerilerinin kazandığı bir ders olarak görülmesi gerekmektedir (Taşkiran, Baş ve Bulut, 2016). Bilginin hızlı bir şekilde arttığı ve yayıldığı bir dünyada, sosyal bilgiler dersinde öğrencilere medya okuryazarlığı becerisini kazandırmayı amaçlanmalıdır. Böylece, öğrencileri gelişen dünyada etkin ve çağın koşullarından yararlanan demokratik vatandaşlar olarak yetiştirmeye katkı sağlayabilir. Öğrenci için medya okuryazarlığı becerisi, medya ile iletişimi, etkileşimi ve bilgi sahibi olmayı ifade eder. Medya okuryazarlığı becerisine sahip olan bireyler, medyanın mesajlarına erişebilir, anlayabilir, yorumlayabilir, eleştirebilirler. Bireylerin aynı zamanda medya mesajını üretip paylaşabilme becerisine sahip olmaları gerekmektedir. Medya okuryazarlığı becerisine sahip kişiler doğru ve yanlış bilgileri ayırt edebilir ve medyanın yönlendirmelerini fark edebilir. Öğrencilerin çeşitli medya araçlarını etkili bir şekilde kullanabilme ve toplumsal konularda daha bilinçli ve donanımlı bir şekilde hareket edebilme becerisi geliştirilmelidir (UNESCO, 2011).

Dünyada farklı medya platformlarından gelen sonsuz sayıdaki mesajlar çocukları çok fazla etkilemektedir. Gelen medya mesajlarının içerisine yerleştirilmiş bakış açıları, ön yargılar ve propaganda yer alabilmektedir. Bu durum çocukların doğruya ulaşması noktasında büyük riskler taşımakta ve çocuklar için medya okuryazarlığı eğitiminin önemini artırmaktadır (Altun, 2021; Hattanı, 2019). Çok sayıdaki medya mesajı bireylerde suça teşvik, şiddeti kışkırtma, aşırı tüketime yöneltme gibi davranışları geliştirerek toplumlar için tehlike oluşturmaktadır. Medyanın bireyin görüşlerinin şekillenmesinde, toplumsallaşma sürecindeki önemi ve etkisi giderek artmaktadır. Çocuklar da görsel, işitsel ve yazılı medya karşısında savunmasız bir alıcı konumuna gelmektedir. Bu koşullar, çocukları bilinçli bir medya okuryazarı olarak yetiştirmek için ilköğretimden başlayarak, medyaya erişen, eleştiren, analiz eden, medyada üretim ve

paylaşım yapan becerilere sahip çocukların yetiştirilmesini zorunlu hale gelmiştir. Çocukların kurgu ile gerçeği birbirinden ayırabilme, genel olarak medyanın işleyişini, iletilerini çözümlenme ve değerlendirebilmesi için yaşamın ilk yıllarından başlayarak medya okuryazarlığı becerisi kazanmaları gereklidir. Bu bağlamda günümüzde medya okuryazarlığı becerisinin geliştirilmesi gereksinimi (Jolls ve Thoman, 2008) çalışılması gereken bir alan olarak kendini göstermektedir. Toplumda özellikle gençlerin ve çocukların farklı medya kanallarından gelen mesajların bombardımanına tutulması, gençlerin ve çocukların gelen medya mesajlarına karşı bilinçlendirmeyi gerekli kılmıştır. Gençleri tüketicisi oldukları medya mesajları hakkında küçük yaştan itibaren daha eleştirel farkındalığa sahip bir bilinç kazandırmaya çalışmak önem arz etmektedir. Bilinçli bir vatandaş olarak medyadan edinilen mesajlarda rahatsız oldukları durumlarda yasal haklarını kullanma konusunda bilinçli bir medya okuryazarlığı becerisine sahip olmaları ve bu konuda eğitim almaları önemlidir (Šuminas ve Jastramskis, 2020). Aynı zamanda genç nesiller sadece medya tüketicisi olarak değil kendi medya mesajlarını oluşturarak aynı zamanda içeriklerini oluşturan medya üretimi yapan bireyler haline gelmiştir. Genç nesillerin medya içeriklerini oluşturma sürecinde yasallık kültürü için gerekli olan telif hakkı, özel hayatın gizliliği, kişisel bilgilerin güvenliği, etik ilkelere uygun hareket etme gibi konuların farkında olarak medya içeriğini oluşturması gerekmektedir. Bu farkındalığı sağlamanın yolu ise demokrasi kültürü ile gençlere bilinçli bir medya okuryazarı becerisini kazandırmakla sağlamak olanaklıdır (Ardıç ve Altun, 2019; Šuminas ve Jastramskis, 2020). Demokrasi kültürünün oluşmasında önemli bir rolü olan sosyal bilgiler dersi bu bağlamda medya okuryazarlığı becerisini geliştirmekte önemli hale gelmektedir. Dolayısıyla günümüzde medya okuryazarlığı becerisi sosyal bilgiler dersinde kazandırılması için çaba gösterilmesi gereken bir alan olarak gösterilmektedir.

Sosyal bilgiler dersinde medya okuryazarlığı becerisinin bu kadar önem kazanmasına karşın bu becerinin öğretimine yönelik çalışmalar oldukça azdır. Medya okuryazarlığına ilişkin alan yazında yapılan çalışmalar incelendiğinde, yurt içinde teorik olarak birçok çalışma yapılmasına karşın medya okuryazarlığı becerisini geliştirmeye yönelik uygulamalı çalışmalara az rastlanmaktadır. Yapılan çalışmalarda genellikle öğretmen adaylarının medya okuryazarlık tutumlarına, algılarına ve düzeylerine ve seçmeli medya okuryazarlığı dersine (Bütün, 2010; Deveci ve Çengelci 2008; Çinelioğlu, 2013; Aslan ve Basel, 2017; Bozkurt ve Coşkun 2018; Özel, 2018; Bektaş ve Alver, 2020; Üztemur ve Avcı, 2020) ilişkin olduğu görülmektedir. Diğer çalışmalar ise ortaokul

öğrencilerinin medyayı ve seçmeli medya okuryazarlığı dersine, medya okuryazarlığına ilişkin tutum algı ve düzeylerine (Bektaş ve Alver, 2020; Kahyaoğlu ve Kenanoğlu, 2014; Ocak ve Yıldırım, 2013; Tuncel ve Gürsoylar, 2017) ilişkin olduğu görülmektedir. Bunların yanı sıra farklı ülkelerin ve Türkiye’de seçmeli olarak uygulanan Medya Okuryazarlığı (Taylor, 2002; Çakmak, 2005; Ardıç, 2016) Dersi Programı’nın karşılaştırması şeklinde yapılmıştır. Bu çalışmalar dışında medya okuryazarlığının öğretimine yönelik olarak medya okuryazarlığını Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı’na ilişkilmesine ve öğretimine yönelik bir model getirilmiştir (Altun, 2010). Yurt dışında ise öğrencilerin interneti kullanmalarına (Levinostane ve arkadaşları, 2010; Domigo ve Mashiko, 2013; Sussakova, 2014; Moore, 2015; Hatamı, 2019; McNelly ve Harvey, 2021; Lähdesmäki ve Maunula, 2022) yönelik çalışmalar yapıldığı görülmektedir.

Hobbs’un da (2010) belirttiği gibi günümüzde çağdaş kültüre tam katılım sadece medya mesajlarını tüketmeyi değil aynı zamanda mesaj oluşturmayı ve paylaşımı da gerektirir. Bireylerin dijital vatandaşlıklarını yerine getirmek için multimedya iletişim becerilerini edinmeleri gerekmektedir. Bunun için bireylerin beceriyi yaşamında nasıl kullanacaklarını bilen bir toplum oluşturulması gerektiği ortaya çıkmış, medya okuryazarlığı örgün eğitim sistemine dâhil edilmiştir. Kazandırılması gereken beceriler arasında yerini almıştır. Ancak alan yazın incelendiğinde okullarda ve derslerde uygulamalı bir şekilde ortaokul öğrencilerine medya okuryazarlığı becerisini kazandırmaya yönelik çalışmaların oldukça az olduğu ve sosyal bilgiler dersinde nasıl kazandırılacağına dair Türkiye’de yeterli çalışma olmadığı görülmektedir. Bu araştırma ile sosyal bilgiler dersinde etkinlikler oluşturarak öğrencilerin medya okuryazarlığı becerisini geliştirmeyi amaçlamaktadır. Böylece öğrencilerin medya kanalları ile kendisine iletilen mesajlara erişme, analiz ve değerlendirme yapma, mesajlarını üretebilme ve paylaşma rahatsız olduğu durumlarda eylemde bulunarak bilinçli bir vatandaş olmalarına katkı sağlanmaya çalışılmıştır.

1.2.Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, sosyal bilgiler dersinde öğrencilerin medya okuryazarlığı becerisini geliştirmektir. Bu amaçla “Sosyal bilgiler derslerinde öğrencilerin mevcut medya okuryazarlığı becerileri ve bu alandaki eksiklikleri nelerdir, bu eksiklikler nasıl giderilebilir?”, "Öğrencilerin medya okuryazarlığı becerilerini artırmak için hangi yenilikçi ve etkili eğitim stratejileri ve eylem planları tasarlanabilir ve

uygulanabilir?", "Bu strateji ve eylem planlarının uygulanması sonucunda öğrencilerin medya okuryazarlığı becerilerindeki gelişme ve değişiklikler nasıl değerlendirilir ve izlenir?" çerçevesinde aşağıdaki araştırma sorularına yanıt aranmıştır:

Öğrencilerin medya okuryazarlığı becerisi alt boyutlarında,

1. Öğrencilerin mevcut medya okuryazarlığı beceri düzeyleri ve bu alandaki eksiklikleri nelerdir?
2. Öğrencilerin medya okuryazarlığı becerilerini geliştirmek amacıyla yapılan eylem planları nelerdir?
3. Öğrencilerin medya okuryazarlığı becerilerinde yaşanan gelişmeler nelerdir?

1.3. Araştırmanın Önemi

Geçmiş yıllarda okul, öğrenciler için temel bilgi kaynağı olarak işlevini sürdürmekteydi. Dolayısıyla öğrencilerin yaşam alanı daha çok kontrol edilebilir konumdaydı. Fakat değişen dünya ve teknolojik gelişmeler ile birlikte öğrenciler medya aracılığı ile buldukları her yerde bilgiye ulaşma ve dünyanın diğer ucunda bulunan biri ile iletişime geçme imkânı sağlamıştır. Bu durum öğrencileri medyadan gelebilecek tehlikelere karşı açık ve kontrol edilmesi zor bir alan haline gelmiştir. Bununla birlikte, geçmişte öğrenciler medyada sürekli bilgiyi alan pasif bir konumda iken günümüzde medya okuryazarlığı eğitimi ile öğrencilerin bilgiye ihtiyaç duyduğunda bilgiye erişen, analitik ve eleştirel düşünen, medya mesajlarını analiz eden, değerlendiren, karar veren ve sorumluluk alan etkin vatandaşlar olarak yetiştirilmesi hedeflenmektedir.

Alanyazında yapılan çalışmalar değerlendirildiğinde, medya okuryazarlığı konusunda yapılan çalışmaların çoğunlukla teorik/kuramsal olduğu, öğrencilerin medya okuryazarlığı becerisini geliştirmeye yönelik uygulamalı çalışmaların yeterli sayıda olmadığı görülmektedir. Bu araştırma öğrencilerin medya okuryazarlığı becerisini geliştirmeye yönelik uygulamalı bir çalışmadır. Bu nedenle, bu çalışma, öğrencilerin medya okuryazarlığı becerisini geliştirilmesine yönelik bir uygulama örneği sunacaktır. Böylece, öğretmenlere sosyal bilgiler dersinde medya okuryazarlığı becerisini geliştirmek için yapılabilecek etkinlikler konusunda bilgi verecektir.

Medya kullanımının artması eğitim alanında değişimi zorunlu hale getirmiş ve medya okuryazarlığının önemini ortaya koymuştur. Medya okuryazarlığı eğitiminin

öğrencilere kazandırılması gerektiği açığa çıkmıştır. Medya okuryazarlığı eğitimi, eğitim programlarında öncelikle seçmeli ders olarak verilmeye başlanmıştır. Alan yazına baktığımızda yapılan çalışmalarda seçmeli olarak medya okuryazarlığı eğitimini alan öğrenciler ile almayan öğrenciler arasında medyayı kullanmaya yönelik tutumlarında yeterince bir fark olmadığını göstermiştir (Çakır, Koçer ve Aydın, 2011). Bu durum medya okuryazarlığı eğitiminin amacına ulaşmasında sorunların yaşandığını göstermiştir. Medya okuryazarlığı eğitimi alan öğrencilerin sınıf içi etkinliklerin ve kullanılan yöntemleri yeterli bulmadıklarını, öğretmenin dersi işleyiş biçimine yönelik olumlu tutum geliştirmediklerini göstermiştir (Elma, vd., 2022). Araştırma sonuçları öğrencilerin seçmeli olarak verilen dersin işleyişine yönelik olumsuz tutum geliştirmesine neden olduğu göstermiştir. Bu nedenle bu çalışmada gerçekleştirilecek etkinliklerin öğrencilerin medya okuryazarlığına ilişkin ilgisini ve yeterliğini geliştireceği düşünülmektedir.

Türkiye’de seçmeli ders olan medya okuryazarlığına yönelik birçok çalışma yapıldığı görülmektedir (Aksu, 2019; Ekşioğullar, 2018; Karataş, 2017). Ancak bu çalışmalar medya okuryazarlığı ile ilgili öğretmen tutumları öğrenci tutumları olarak görülmektedir. Medya okuryazarlığı becerisine sahip olma, çocuklarda özgüveni ve bilinçlenmeyi geliştirerek onların karşılaştığı medya ürünlerini eleştirel bir yaklaşımla değerlendirme yeterliliğini gerekli kılmaktadır. Ancak Thomas ve Jolls’un (2008) da belirttiği gibi medya okuryazarlığı demek, medyaya saldırıda bulunmak ya da sadece medya üretiminde bulunarak sınıfa medya içerikli materyaller getirmek değil, çocukların dikkatlice izlemesini sağlayarak eleştirel düşünmeye sevk etmektir. Medya okuryazarlığı kavramıyla birlikte medyanın çocuklar üstündeki olumsuz etkilerini gidermek bilinçli medya takipçileri yetiştirmek amacıyla medya okuryazarlığı becerisini geliştirmesi gerekmektedir. Araştırmada kullanılan etkinlikler medya mesajlarında kullanılan tekniklere yönelik farkındalık oluşturabileceği ve daha sonraki araştırmalara örnek olabileceği düşünülmektedir. Bu yönü ile sosyal bilgiler dersinde bilinçli birer birey yetiştirme konusunda katkı sağlayacaktır. Aynı zamanda bu araştırmanın, teori ile uygulama arasındaki boşluğu dolduracağı ve alan yazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

1.4. Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu araştırma 2020-2021 eğitim öğretim yılı 2. dönemde Ankara il merkezinde bulunan Millî Eğitim Bakanlığı’na bağlı özel bir okulda 7. sınıf öğrencileri ve öğretmen

ile sınırlıdır. Eylem araştırması etkinlikleri bu öğrencilerin yeterliklerini geliştirmeye odaklandığı için toplanılan veriler bu öğrenciler ile sınırlıdır. Bu eylem araştırması kapsamında ders planları, Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı'nda yer alan "Kültür ve Miras, İnsanlar, Yerler ve Çevreler, Bilim, Teknoloji ve Toplum, Üretim, Dağıtım ve Tüketim, Etkin Vatandaşlık" öğrenme alanı kazanımları kapsamında gerçekleşmiştir. Araştırma uygulama sürecinde Covid 19 pandemisi sebebi ile uygulamaya iki hafta ara verilmek zorunda kalınmıştır. Eylem planlarının bir kısmı eğitimin uzaktan devam etmesi nedeniyle online ortamda gerçekleştirilmiştir. Covid 19 pandemisi sebebi ile uygulama sonrası yapılması gereken görüşmeler yaz tatili sürecinde yapılmıştır.

1.5. Tanımlar

Sosyal Bilgiler: Hemen hemen her bakımdan değişen ülke ve dünya koşullarında bilgiye dayalı karar alıp problem çözebilen etkin vatandaşlar yetiştirmek amacıyla sosyal ve beşeri bilimlerden aldığı bilgi ve yöntemleri kaynaştırarak kullanan bir öğretim programıdır (Öztürk, 2012, s. 4)

Medya Okuryazarlığı: Çeşitli türden(görsel, işitsel, basılı vb.) medya mesajlarına erişebilme, erişilen medyaları eleştirel bakış açısı ile çözümlenip değerlendirilebilme ve kendi medya iletilerini üretebilme becerisidir (RTÜK).

Medya Okuryazarlığı Becerisi: Medyayı iletişim kurmak için kullanma, içeriklerine erişim sağlama, erişimlerde bilinçli seçimler yapma, medya tekniklerini ve mesajlarını analiz etme, zararlı içeriklerinden ve hizmetlerinden kaçınmak içerik oluşturma, medyayı demokratik haklar ve yurttaşlık için kullanmayı amaçlar (Bachmair ve Bazalgette, 2007; Erişti ve Erdem, 2017, s. 252).

Farkındalık: Medyanın oluşturduğu bakış açısı, önyargı ve kalıp yargılarını fark edilmesini sağlar. Reklamcılık ve tüketim arasındaki ilişkiyi fark etme, medyanın birey ve toplum üzerindeki etkisi, güncel olaylar ve toplumun günlük problemleri gibi konulara farkındalık kazandırma becerisidir (Ardıç ve Altun, 2019).

Erişim: Bireylerin medya araçlarına ulaşması, bu araçları ihtiyacı doğrultusunda bilgi edinme, eğlenme, öğrenme, kendini ifade etme şeklinde kullanabilme becerisidir (Ardıç ve Altun, 2019).

Analiz ve Değerlendirme: Bireyin amacı doğrultusunda edinmiş olduğu medya içeriğini doğru ve uygun bir şekilde çözümlenmesini ve değerlendirmesini yapabilmesidir. Medya mesajlarının kalitesini, doğruluğunu, güvenilirliğini ve bakış açısını analiz edebilmek için eleştirel düşünme, medya mesajlarının potansiyel etkisini ve sonuçlarını

değerlendirme becerisidir (Ardıç ve Altun, 2019).

Üretim: Medya araçlarını kullanarak görsel, işitsel, dokunsal ya da multimedya şeklinde farklı türden medya içeriklerini üretmesidir (Ardıç ve Altun, 2019).

Paylaşım: Bireylerin oluşturduğu medya içeriklerini farklı medya araç ve formatları kullanarak bireylerle paylaşılma becerisi (Ardıç ve Altun, 2019).

Aktivizm: Medya içeriklerine karşı bireylerin hukuki çerçevede takındığı her türlü demokratik tepki verme becerisidir (Ardıç ve Altun, 2019).

Eylem Araştırması: Eylem araştırması, bir okulda çalışan öğretmen, yönetici ya da eğitim danışmanı veya diğer kuruluşlarda bizzat uygulamanın içinde olan bir uygulayıcının doğrudan kendisinin ya da başka bir araştırmacı ile birlikte gerçekleştirdiği ve uygulama sürecine ilişkin sorunların anlaşılması ve bu sorunlara çözüm üretmeye yönelik sistematik olarak veri toplamayı ve analiz etmeyi içeren bir araştırma yaklaşımıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s. 295).

2. KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE

Bu bölümde, sosyal bilgiler dersinin amaçları, medya okuryazarlığının temel kavramları, medya okuryazarlığı eğitimi ve becerisi konularıyla ilgili alanyazındaki kavramsal ve kuramsal bilgilere yer verilmiştir.

2.1. Sosyal Bilgiler Eğitimi

2.1.1. Sosyal bilgilerin tanımı ve kapsamı

Günümüz dünyasında toplumların sosyal yapısında sürekli değişimler yaşanmaktadır. Bu değişimlerle birlikte sosyal sorunlar artmakta, artan sorunlar ise sosyal yapıyı zorlamaktadır. Bu sosyal yapıdaki zorlanmalar, dünya gündemini takip etmek amacıyla kitle iletişim araçlarına bakıldığında görülebilmektedir. Günümüzde bireylerin kitle iletişim araçlarında, etnik gruplar veya dinler arası çatışmalar, ahlaki konular üzerine yapılan kutuplaştırıcı ve farklılıklara saygıdan yoksun tartışmalar ile karşılaşması olasıdır. Karşılaşılan bu olumsuz tablo, toplumu sosyolojik ve psikolojik olarak etkilemekte ve insanlar arasında umutsuzluğa yol açmaktadır (Öztürk, 2012).

Toplumsal yapıdaki değişimler, yaşanan çatışmalar, insanların yaşayış biçimindeki farklılıklar, bireylerin değişime ayak uydurma konusunda sorunlar yaşamasına sebep olabilmektedir. Bireyler değişimlere ayak uydurmakta zorluk yaşayabilmektedir. Bu durum bireyleri yaşama hazırlayan eğitim programlarının ve kurumlarının işlevlerinde de değişime yol açmış ve eğitim programlarının güncellenmesine sebep olmuştur. XXI. Yüzyılın eğitim programları bireyleri toplumdaki değişim ve dönüşüme uyum sürecini kolaylaştıracak donanımlara sahip beceriler ile yetiştirmeyi amaçlamaktadır. Bireylere topluma uyum sağlayıp etkin bir vatandaş olabilmelerinde gerekli olan bilgi, değer ve özellikle beceri kazandırmaya çalışmaktadır. Programlar bilgi, beceri ve değerlerin önemli bir bölümünü ilköğretim ve ortaöğretim kurumlarında özellikle sosyal bilgiler dersinde kazandırılmaya çalışmaktadır (Kılıçoğlu, 2009, s. 6). Sosyal Bilgiler Öğretim Programı hemen her bakımdan değişen ülke ve dünya koşullarında karar alabilecek, problem çözebilecek, dünya ve ülke sorunlarına duyarlı, çözüm için sorumluluk alabilecek, özgüveni ve belirsizlikle baş etme becerisi yüksek bireyler yetiştirmeyi amaçlamaktadır. Bu amaçla sosyal bilgiler, sosyal

ve beşerî bilimlerden aldığı bilgi ve yöntemleri disiplinler arası bir yaklaşımla ortaya koyan bir öğretim programı olarak ifade edilebilir (Hanaylı vd., 2020).

Sosyal bilgiler dersi öğrencilere hem birey olmayı hem de toplumsal kimlik kazandırmaya çalışarak bireylere yaşam becerisi kazandırmaya çalışır. Birey olarak da toplumu oluşturan kurumları, kurumların işleyişini ve birbirleri ile olan ilişkilerini kazandırmaya çalışır (Yelken, 2011, s. 358). Öğrencilere sosyalleştirme becerilerinin yanında içinde yaşanılan toplumun kültürünü aktarmaya çalışır. Sahip olduğu içerik ile kültür aktarımını dolayısıyla da kimlik kazanımını sağlamaya çalışan önemli bir derstir. Ortaokulda sosyal bilgiler dersinin temel amacı topluma iyi ve etkili bireyler yetiştirmektir. Toplumu meydana getiren bireylerin ortak bir dünya oluşturmalarına ve hafıza edinmelerine katkıda bulunmaya çalışmaktadır (Avcı ve İbret, 2019).

Doğanay (2005, s. 17), sosyal bilgileri şu şekilde tanımlamaktadır: Sosyal bilgiler, sosyal ve insanla ilgili diğer bilimlerin içerik ve yöntemlerinden yararlanarak, insanın fiziksel ve sosyal çevresiyle etkileşimini zaman boyutu içerisinde disiplinler arası bir yaklaşımla ele alan ve küreselleşen bir dünyada yaşamla ilgili temel demokratik değerlerle donatılmış, düşünen vatandaşlar yetiştirmeyi amaçlayan bir çalışma alanıdır.

“Sosyal bilgiler, bireyin toplumsal varoluşunu gerçekleştirebilmesine yardımcı olması amacıyla: tarih, coğrafya, ekonomi, sosyoloji, antropoloji, psikoloji, felsefe, siyaset bilimi ve hukuk gibi sosyal bilimlere ve vatandaşlık bilgisi konularını yansıtan; öğrenme alanlarının bir ünite ya da tema altında birleştirilmesini içeren; insanın sosyal ve fiziki çevresiyle etkileşiminin geçmiş, bugün gelecek bağlamında ve gelecek bağlamında incelediği; toplu öğretim anlayışından hareketle oluşturulmuş bir ilköğretim dersidir” (MEB, 2005).

Sosyal bilgiler dersinin temel amacı hem birbirine bağımlı hem de kültürel farklılıkların olduğu bir dünyada, çocukları demokratik bir toplumun vatandaşları olarak yetiştirmeyi hedeflemektedir. Kamu yararı için bilinçli, bilgiye dayalı ve mantıklı kararlar alma yeteneği gelişmiş gençler yetiştirmeye yardımcı olmaktadır (National Council for the Social Studies (NCSS, 1993). Sosyal bilgiler dersi bireylere toplumda katılımın önemine inanmalarını, kişisel ve toplumsal sorunların çözümü ve kamu yararı için görüşler belirtmelerine yardımcı olan bir alandır (MEB, 2013, s. 10). Çocukları sorumluluk sahibi, nitelikli ve farkındalığı olan bireyler olarak yetiştirilmesine katkı sağlayarak toplumların bugünü ve geleceğine hizmet etmek için etkin vatandaşlar yetiştirir (Aral ve Gürsoy, 2001). Sosyal bilgiler dersi öğrencileri etkin birer vatandaş olarak beceriler kazandırmaya çalışmaktadır.

Etkin vatandaşlık ise içinde bir takım uygulamaları barındırmaktadır. Bu uygulamaların anlaşılması için bireyin topluma tam olarak katılım sağlaması kritik bir öneme sahiptir. Sosyal bilgiler dersi demokrasi için gerekli olan etkin vatandaşlığa yönelik öğrencilerin katılımını geliştirerek hak ve sorumluluklarını bilen etkin vatandaşlığın önemini takdir eden bireyler yetiştirmeye çalışır (NCSS, 2022). Toplumun birer üyesi olarak aktif katılımın önemini fark ettirir ve bunun için önemli beceriler kazandırır.

Etkin vatandaş: Toplumun her kesiminde daha katılımcı bir anlayış sergileyen ve bazı temel olan gereksinimlerini kendisi karşılayan bireylerdir. Etkin vatandaşlık eğitimi ise demokrasi anlayışını benimsemiş, haklarını ve sorumluluklarını bilen ve etkili bir biçimde kullanan topluma duyarlı bireylerin yetiştirilmesini amaçlamaktadır. Katılım etkin vatandaşlık eğitiminin temel bileşenlerini oluşturur (Balbağ ve Bayır, 2016). Etkili vatandaşın temel özelliklerini baktığımızda ise şöyle açıklamak olanaklıdır (NCSS, 2002):

Etkili vatandaş;

- Demokratik değerleri benimser ve bu değerler doğrultusunda yaşamaya özen gösterir.
- Toplum yararı için sorumluluk almayı kabul eder. Yerel, ulusal ve küresel düzeyde, tarih, gelenekler ve insanlık ile ilgili konularda yeterli bilgiye sahiptir.
- Ulusunun kuruluşuyla ilgili olaylar konusunda yeterli düzeyde bilgiye sahiptir.
- Vatandaşlıkla ilgili kurumlar ve siyasal süreçler ile ilgili bilgiye sahiptir.
- Yerel, ulusal ve küresel düzeyde insanlığı etkileyen olay ve sorunların farkındadır.
- Yaratıcı çözümler bulmak ve bilgisini geliştirebilmek için çeşitli kaynaklardan bilgiler arar ve çeşitli bakış açılarını değerlendirir.
- Çevresinde gelişen sosyal olaylarla ilgili anlamlı sorular sorar, farklı bilgileri ve görüşleri çözümler ve değerlendirir.
- Çevresinde gelişen sosyal olaylarla ilgili karar verme ve problem çözme becerilerini etkili biçimde kullanır.
- Grup içinde etkili olarak iş birliği yapabilme becerisine sahiptir (akt. Ersoy, 2007).

Etkili vatandaş bireylere topluma ve toplum ile ilgili konularda duyarlılık oluşturma ve katılım sağlama bakımından genel olarak tüm öğretim programlarının amaçları içerisinde yer almaktadır. Fakat sosyal bilgiler dersinin temel amacı öğrenciyi etkin bir vatandaş olarak yetiştirmektir. Dolayısıyla sosyal bilgiler dersinin öncelikli amacı bireylere katılım sağlayan, duyarlılık gösteren, toplumsal sorunlarla ilgilenen vatandaşlar olarak yetiştirilmesine yönelik hedefler koyan bir derstir (Avcı, Faiz ve Turan, 2020; MEB, 2018;).

NCSS, ortak bir uzlaşma sağlamak amacıyla 1970 yılında sosyal bilgiler öğretim kılavuzu yayımladı. Öğretim kılavuzunda şu amaçlar önerilmiştir: insanın geçmiş, bugün ve gelecekteki durumu hakkında bilgi edinme becerisini geliştirme; bilgiyi işleme için gerekli beceriler kazandırmak, inanç ve değerleri yorumlama becerisini geliştirme; aktif vatandaş olarak sosyal katılım için bilgiyi uygulama. Bu amaçlar Sosyal Bilgiler Programı'nın üzerinde uzlaşılan amaçlar olmuştur. Tüm ülkelerin vatandaşlık eğitimine uyarlayabildiklerinden dolayı bunlar evrensel amaçlar olarak da değerlendirilebilir. Ülkeler bu uygulamaları kendine özgü yorumlamaktadır, yorumlar ulusal amaçları meydana getirmektedir. Evrensel amaçlardan bazıları aşağıdaki gibi açıklanmıştır (Öztürk, 2012).

Bilgiye ilişkin amaçlar;

- Ulusal kimlik, anayasal miras, vatandaşlık değerleri, haklar ve sorumluluklar,
- Yerel ve ulusal tarih, coğrafya ve yönetim sistemi,
- Hükümet, eğitim, iletişim, aile yaşamı din gibi sosyal kurumlar ve sosyal görevler,
- Dünya bölgeleri, onların kültürleri tarihi, coğrafyası, uygarlığa katkıları, ekonomik ve siyasal sistemleri ve diğer bölgelere ilişkileri,
- Farklı ahlaki ve dini inançlar ve bunların insan yaşamı üzerindeki etkileri,
- İnsanların düşünce, duygu ve isteklerinin yansımaları olarak sanat, edebiyat, mitoloji, değerler ve idealler vb.

Beceriye ilişkin amaçlar;

- Düşünme becerileri, önyargıları, basmakalıp örnekleri, propagandaları, varsayımları ve düşünceleri ortaya çıkarma, inceleme, zanları ve değerleri inceleme,
- Eleştirel ve yaratıcı düşünme, problem çözme, karar verme ve üst düzey, kavrama analiz etme, sentez ve genellemeler yapma vb.
- Kişiler arası ve grup becerileri;
- Başkalarına saygı gösterme onların duygu ve düşüncelerine saygı gösterme, onların duygu ve ihtiyaçlarına karşı duyarlı olma, vb.

Değerlere ilişkin beceriler;

- Başka insanlara, gruplara ve kültürlere, etnik, ırki ve diğer farklılıklara karşı olumlu tutum sahibi olma/ geliştirme,
- Adalet, eşitlik, otorite, katılım, gerçeklik, vatanseverlik gibi birleştirici değerlere, özgürlük, farklılık, mahremiyet, hak edilen süreç, insan hakları gibi bireysel ve kamusal değerlere bağlı olma,
- Anayasal güvenceleri, demokratik değer ve davranışları, farklı grupların kültürümüze olan katkıları, toplumumuz ve diğer toplumlarda bulunan sosyal, ekonomik ve siyasal kurumların görevlerini takdir etme.
- Uzlaşmazlıkları analiz ederken adalet, eşitlik ve demokratik değerlerde yargıya varırken, değer verme sürecini kullanma.

Sosyal katılma ilişkin amaçlar;

- Farklı inanç ve kültürlere ihtiyaçları duygulara sorunlara bakışların hedeflerine birey ve grupların sorumluluklarını hak ve özgürlüklerinin çiğnenmesine karşı duyarlılık gösterme, basmakalıp düşünceleri, önyargıları ve bağnazları giderilmesi gerekliliğine karşı hassas olma.
- Gerekli eylemleri tanımlama vatandaşlık sorumluluklarını yerine getirme, koşullar değişince birey olarak rolünü de değiştirme; adalet eşitlik ve diğer demokratik değerlerin yayılması için başkalarını etkileme; eylemlerin sonuçlarını kabul etme ve bunlarla başa çıkma vb şeklinde ifade edilebilir (Öztürk, 2012).

2.1.2. Sosyal bilgiler öğretim programı

Temel amacı bireylerin toplumsal yaşama uyum sağlamasını amaçlayan ve çağın gereksinimleri ile donanımlı bireyler yetiştirmeyi amaçlayan Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı'nın ülkemize yansımaları 2018 yılında gidilen değişikliklerle de görülmektedir. Sosyal Bilgiler Öğretim Programı'nda, Türk Milli Eğitimi'nin genel amaçları ve temel ilkelerine uygun olarak sosyal bilgiler dersinin kendine özgü 18 özel amaçlarına yer vermiştir. Sosyal bilgiler dersi ile öğrencilerin (MEB, 2018, s.8);

1. Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olarak vatanını ve milletini seven, haklarını bilen ve kullanan, sorumluluklarını yerine getiren, milli bilince sahip birer vatandaş olarak yetişmeleri,
2. Atatürk ilke ve inkılaplarının, Türkiye Cumhuriyeti'nin sosyal, kültürel ve ekonomik kalkınmasındaki yerini kavrayıp demokratik, laik, millî ve çağdaş değerleri yaşatmaya istekli olmaları,
3. Hukuk kurallarının herkes için bağlayıcı olduğunu, tüm kişi ve kuruluşların yasalar önünde eşit olduğunu gerekçeleriyle bilmeleri,
4. Türk kültürünü ve tarihini oluşturan temel öge ve süreçleri kavrayarak millî bilincin oluşmasını sağlayan kültürel mirasın korunması ve geliştirilmesi gerektiğini kabul etmeleri,
5. Yaşadığı çevre ile dünyanın genel coğrafi özelliklerini tanıyarak insan ile çevre arasındaki etkileşimi açıklamaları ve mekân algılama becerilerini geliştirmeleri,

6. Doğal çevrenin ve kaynakların sınırlılığının farkına varıp çevre duyarlılığı içerisinde doğal kaynakları korumaya çalışmaları ve sürdürülebilir bir çevre anlayışına sahip olmaları,
7. Doğru ve güvenilir bilgiye ulaşma yollarını bilen bireyler olarak eleştirel düşünme becerisine sahip olmaları,
8. Ekonominin temel kavramlarını anlayarak kalkınmada ve uluslararası ekonomik ilişkilerde milli ekonominin yerini kavramaları,
9. Çalışmanın toplumsal yaşamdaki önemine ve her mesleğin gerekli ve saygın olduğuna inanmaları,
10. Farklı dönem ve mekânlara ait tarihsel kanıtları sorgulayarak insanlar, nesnelere, olaylar ve olgular arasındaki benzerlik ve farklılıkları belirlemeleri, değişim ve sürekliliği algılamaları,
11. Bilim ve teknolojinin gelişim sürecini ve toplumsal yaşam üzerindeki etkilerini kavrayarak bilgi ve iletişim teknolojilerini bilinçli kullanmaları,
12. Bilimsel düşünmeyi temel alarak bilgiye ulaşma, bilgiyi kullanma ve üretmede bilimsel ahlaki gözetmeleri,
13. Toplumsal ilişkileri düzenlemek ve karşılaştığı sorunları çözmek için temel iletişim becerileri ile sosyal bilimlerin temel kavram ve yöntemlerini kullanabilmeleri,
14. Katılımın önemine inanmaları, kişisel ve toplumsal sorunların çözümü için görüşler belirtmeleri,
15. İnsan hakları, ulusal egemenlik, demokrasi, laiklik, cumhuriyet kavramlarının tarihsel süreçlerini ve günümüz Türkiye'si üzerindeki etkilerini kavrayarak yaşamını demokratik kurallara göre düzenlemeleri,
16. Millî, manevî değerleri ile evrensel değerleri benimseyerek erdemli insan olmanın önemini ve yollarını bilmeleri,
17. Ülkesini ve dünyayı ilgilendiren konulara duyarlılık göstermeleri,
18. Özgür birer birey olarak fiziksel, duygusal özelliklerinin; ilgi, istek ve yeteneklerinin farkına varması amaçlanmaktadır.

Son yıllarda eğitim programlarında beceri kavramı önem kazanmaya başlamıştır. Beceri kavramı “kişinin yatkınlık ve öğrenmeye bağlı olarak, bir işi başarabilme, bir işlemi ereğine uygun yapabilme şeklinde” tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu). Başka bir deyişle beceri; öğrencilerde öğrenme süreci içerisinde kazanılması, geliştirilmesi ve yaşama aktarılması tasarlanan kabiliyetlerdir (MEB, 2005). Beceri kavramının önem kazanmasının nedeni yaşamın giderek karmaşıklaşması, eğitilmiş insanların çok olmasına karşın davranışlarda beceri halini geliştirmiş nitelikli insan sayısının azlığı ve demokratik toplumlarda demokrasiyi yaşatacak, eleştirel, yaratıcı, problem çözen, araştıran, karar veren bireylere olan ihtiyacın artması olarak söylenebilir (Avcı, 2020; Mutluer, 2013). Bu doğrultuda ülkemizde öğretim programlarında beceri eğitimine 2005 öğretim programları ile yer verilmeye başlandığı görülmektedir. Milli Eğitim Bakanlığı (MEB, 2005) beceri

kavramını “öğrenme öğretme sürecinde öğrencilerde kazanılması, geliştirilmesi ve yaşama aktarılması tasarlanan kabiliyetler” olarak tanımlanmaktadır. 2018 yılında yenilenen Sosyal Bilgiler Öğretim Programı’nda öğrencilere kazandırılması amaçlanan 27 temel beceri yer almaktadır. Programda yer alan beceriler aşağıdaki Tablo 2.1’de verilmiştir (MEB, 2018, s.9).

Tablo 2.1. *Sosyal Bilgiler Öğretim Programı’nda Yer Alan Temel Beceriler.*

1. Araştırma	15. Kanıt kullanma
2. Çevre okuryazarlığı	16. Karar verme
3. Değişim ve sürekliliği algılama	17. Konum analizi
4. Dijital okuryazarlık	18. Medya okuryazarlığı
5. Eleştirel düşünme	19. Mekânı algılama
6. Empati	20. Öz denetim
7. Finansal okuryazarlık	21. Politik okuryazarlık
8. Girişimcilik	22. Problem çözme
9. Gözlem	23. Sosyal katılım
10. Harita okuryazarlığı	24. Tablo, grafik ve diyagram çizme ve yorumlama
11. Hukuk okuryazarlığı	25. Türkçeyi doğru, güzel ve etkili kullanma
12. İletişim	26. Yenilikçi düşünme
13. İş birliği	27. Zaman ve kronolojiyi algılama
14. Kalıp yargı ve ön yargıyı fark etme	

Tablo 2.1’de yer alan beceriler, 21. yüzyıl vatandaşlarının sahip olması gereken önemli beceriler olarak ifade edilebilir. Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı’nda (SBÖP) kazandırılması gereken becerilerin boyutuna baktığımızda araştırma, değişim ve sürekliliği algılama, dijital okuryazarlık, eleştirel düşünme, empati, finansal okuryazarlık, gözlem hukuk okuryazarlığı, iletişim, iş birliği, kalıp yargı ve önyargıyı fark etme, kanıt kullanma, karar verme, medya okuryazarlığı, öz denetim, problem çözme, sosyal katılım, Türkçeyi doğru, güzel ve etkili kullanma, yenilikçi düşünme, zaman ve kronolojiyi algılama vb. (MEB, 2018, s. 9) olarak alındığını görebiliriz. Sosyal bilgilerin genel yapısına baktığımızda genel olarak öğretim programının bütüncül bir bakış açısı ile alındığı görülmektedir. Öğrencinin toplumda karşılaştığı problemlere karşı aktif katılım için ihtiyaç duyacağı beceriler ile donanmış bireylerin sahip olması gereken becerilerin yer aldığı görülmektedir. Bireylere kazandırılması istenilen becerilerin amacına ulaşması

için güçlü bir sosyal bilgiler öğretiminin uygulanmasına ihtiyaç vardır. Bu uygulamalar öğrencilerin bilgi, beceri ve aktif katılımcı vatandaş özelliklerini kazandırmak ile gerçekleşir. Bu bağlamda sosyal bilgiler okulda etkin bir vatandaş yetiştirmeye, öğrencilerin kendi potansiyellerine ulaşmalarını sağlayarak mutlu bir yaşam sürmelerine katkıda bulunmak amacındadır. Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı, bireylerin sınıfta kişisel ve toplumsal gelişimine etkiye büyük rol oynamaktadır (Mindes, 2014; Öztürk ve Kafadar, 2020; Turner, Russell ve Waters, 2013).

Sosyal bilgiler dersi etkin bir vatandaş olarak bireyleri yetiştirmesinin gücü sağlam uygulanan stratejilerden ve geliştirilen becerilerden gelir. Sosyal bilgiler dersi değişen toplumla yüzleşmek zorundadır. Bunun için öğrencilerin sahip olması gereken becerileri öğrenme yeteneğini kazandırarak bilgi sahibi olmak ve bu bilgi ve bulguları yorumlamak, keşfettiği bilgiyi iletme yeteneği ve becerisini geliştirmek zorundadır. Bu sürecin doğasında öğrencinin yaratıcılık becerisinin beslenmesi ve bunun çeşitli alanlarda uygulanması vardır (Foran, 2004, s. 2).

Merrifield ve Subedi (2001), sosyal bilgilerin önemini gençleri bir bütün olarak sivil yeterlilik için geleceğe hazırlamak olduğunu belirtir. Bunun için bir takım çalışmalar yapar. Öğrencinin güncelliği takip etmesini sağlamaya çalışır. Sınıf içerisinde güncel ve tartışmalı konuları ele alır. Öğrencilerin problem çözme, eleştirel düşünme, kanıt kullanma, karar verme ve araştırma becerileriyle ilişkilendirerek demokratik etkin vatandaş özelliğini kazandırmaya çalışır. Tartışma kültürünü kazandırmaya ve geliştirmeye katkıda bulunduran becerileri geliştirir. Güncelliği yakalamaya çalışarak toplumsal uyumu sağlamayı amaçlamaktadır. Çağımızda güncelliği takip etmenin ve bilgi edinmenin en kısa ve en çok kullanılan aracı ise medya olmuştur. Bu durum medyanın hayatımızda önemli bir yere sahip olmasını sağlamıştır. Medyanın hayatın önemli bir parçası haline gelmesi ve bireyleri yönlendiren bir konuma gelmesi, bireyleri medyaya karşı bir bilinç oluşturmasını zorunlu kılmıştır. Bu durum ise Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı'nda medya okuryazarlığı becerisinin yer almasına neden olmuş ve bireylerin medya okuryazarlığı becerisine sahip olması gerektiğini göstermiştir. Medya okuryazarlığı ile sosyal bilgilerin amaçlarına baktığımızda birbiri ile bağlantılı olduğu görülmektedir (Altun, 2021).

Hobbs (2004) yapılan birçok araştırma sonucuna dayanarak; medya okuryazarlığını, bireylerde demokrasi, yurttaşlık ve siyasal katılıma yönelik tutumları geliştirmeyi, iletişim ya da medya endüstrisi uygulamalarını yeniden biçimlendirmeyi kişisel gelişimi kolaylaştırmayı amaçlandığını vurgulamıştır. Medya okuryazarlığı

gençler arasındaki madde kullanımını ve şiddeti önlemeyi, meslek becerilerini artırmayı, inanç ve toplumsal adalet sorunlarını gündeme getirmeyi, materyalizm ve kültürün metalaştırılması konularında farkındalığı telkin etmeyi, eğitimin niteliğini iyileştirmeyi kapsamaktadır. Alan bakımından medya okuryazarlığının geniş ve çeşitlilik gösteren hedefleri ile geliştirilmesi gerektiğini vurgulamıştır (Çelik, 2011).

Alan yazın incelendiğinde daha önce seçmeli ders olarak okutulan medya okuryazarlığı dersinin sosyal bilgiler dersi içerisinde sosyal bilgiler dersi öğrenme alanları ile verilmesi bu becerinin gelişmesine katkı sağlayacaktır.

2.2. Sosyal Bilgiler Eğitimi ve Medya Okuryazarlığı

2.2.1. Medya okuryazarlığı kavramı

Geçmişte bireyin kimlik oluşum sürecinde etkili olan faktörlere baktığımızda ailenin, çevrenin ve okulun etkileri olduğu görülmekteydi. Bugün çocukların kimlik oluşumunda etkili olan faktörlere baktığımızda çocukluğumuzda yaşadığımız zamandan çok farklı unsurların etkili olduğu görülmektedir. Bu unsurların değişmesindeki en önemli neden teknolojinin gelişmesi ile bireylerin kimlik oluşturma sürecinde, tutum ve davranışlarının şekillenmesinde etkili olan faktörlerin de değişmesinin neden olduğu görülmektedir. Bu durum bireylerin medya kullanımını hayatlarının her alanına dahil etmesi ve medyanın kimlik oluşturma sürecinde de önemli bir yere sahip olmasına yol açmıştır. Medya bireylerin yeni kavramlar öğrenmesine, tutum ve davranışlar geliştirerek kimliklerini inşa etmelerine neden olmuştur (Özdemir ve Yıldırım, 2019). Medya ve özellikle de sosyal paylaşım ağlarında edinilen bilgiler, oluşturulan sanal topluluklar, ulaşılan fikir ve düşünceler, bireylerin yeni bir kimlik kazanmasında etkili olmuştur. Bu durum bireylere küresel olarak bağlantılı bir dünyada yaşamayı, birçok fikir ve düşüncelere ulaşma imkânı sağlamıştır (Kellner ve Shere, 2007).

Bilişim, dijital ya da elektronik çağ olarak değerlendirilen içinde bulunduğumuz dünyada medya bireylerin hem toplumsallaşma hem de bilişsel gelişim sürecinde önemli bir etkiye sahip olduğu kabul edilen bir gerçek haline gelmiştir (Jolls ve Thoman, 2008, s. 3). Bu durum günümüzde medyanın bireylerin temel ihtiyacı haline gelmesine neden olmuştur. Neredeyse dünyanın her yerinde bireyler televizyon, gazete, dergi, son zamanlarda özellikle genel ağ (internet) ve cep telefonu gibi araçlardan birbirine temas etmeden geçirdikleri günleri bulunmamaktadır. Bireyler medyasız bir gün

geçirdiklerinde kendilerini boşlukta hissetmektedirler (Ardıç ve Altun, 2019, s. 387; Şahin, 2011, s. 2). Çünkü bireyler medyayı farklı işlevlerde ve farklı kullanım alanlarında her dakika başvuru bir ihtiyaç haline getirmişlerdir. Bireyler medyayı haber alma, bilgi edinme, eğitim, eğlenme gibi çok farklı amaçlar için kullanmaktadırlar (Karadaş ve vd., 2021). Öyle ki medya insanların artık sosyal ihtiyacının giderilmesi için bile kullanılan önemli bir kaynak haline gelmiştir. Çok farklı kullanım alanı bulunan medya toplum için önemli bir mecra haline getirmiştir. Medyanın bu kadar önem kazanması medya okuryazarlığı kavramını eğitim sistemlerinin bir parçası olarak yer almasına neden olmuştur. Eğitim sistemleri bireylerde medyayı çözümleyen, analiz eden ve değerlendiren eğitsel çıktılar elde etmek için medya okuryazarlığını eğitimin temel amacı haline getirmiştir (Jolls ve Thoman, 2008, s. 3). Bu durum medyanın bireylerin bu mecraları daha verimli hale getirerek kullanmalarının önemi artmıştır ve medya okuryazarlığını bir gereksinim haline gelmesine neden olmuştur. Dolayısıyla eğitim sistemleri de bireyleri verimli ve bilinçli bir medya kullanıcısı olarak yetiştirmeyi amaçlamıştır. Medya okuryazarlığı bireylere medyanın bazı riskleri karşısında farkındalık geliştirmelerini, medya iletilerine ulaştırma yöntemleri karşısında gerekli olan bilgi ve donanıma sahip olma becerisi kazandırmaya çalışmaktadır (RTÜK, 2022). Bu bağlamda medyanın bireylerdeki rolü ve etkisi artıkça medya okuryazarlığının eğitimsel amaç ve hedeflerde yerini almasını ve yeniden tanımlanması gerekliliği açıkça kendisini hissettirmektedir. Görsel, işitsel ve yazılı medya karşısında savunmasız alıcı konumunda bulunan, özellikle de çocuklara medya okuryazarlığı ile ilköğretimden başlayarak yaşam boyu bilinçli bir medya kullanıcısı yetiştirme ihtiyacı doğurmuştur. Çocuklara medya mesajlarında kurgu ve gerçeği birbirinden ayırabilme, genel olarak medyanın işleyişini değerlendirebilme ve iletilerini çözebilme yeterliliğini kazandırma gereksinimi olduğu açıkça ortaya çıkmıştır. Bireylere bilinçli, eleştirel bir medya tüketicisi olmanın yanı sıra medya üreticisi olma bilinci kazandırma ihtiyacı ortaya çıkmıştır (Jolls ve Thoman, 2008, s. 3). Buraya kadar açıklandığı gibi medya okuryazarlığı eğitimi bireylerde temel bir ihtiyaç haline gelmiştir. Şimdi ise medya okuryazarlığının ne anlama geldiği açıklanacaktır.

Medya kelime anlamı olarak “ortam” anlamında kullanılmaktadır. “Medium” kavramının çoğulu olarak ortamlar anlamında kullanılmaktadır. Medya resim, sembol, fotoğraf gibi görsel ortamları oluşturmaktadır. İşitsel olarak şarkı, ses efektleri gibi ortamları; müzik klipleri, film gibi hem işitsel hem görsel ortamları oluşturmaktadır. Basılı olarak gazete, dergi, kitap gibi ortamlarda medyayı oluşturmaktadır (Çakmak, 2013). Medya gerçekte ortam olarak bir bekleme odasındaki TV izleyen bireyin “izlediği

TV” cep telefonuna bağlanan ve e-postalarını kontrol eden birinin “cep telefonu”, yolculuk esnasında reklam tabelasındaki “tabela” sanal bir ortam olmakta ve medya olarak adlandırılmaktadır (Ardıç ve Altun, 2019, s. 388). Okuryazarlık ise sembol ve kodları algılamayı, çözümleyip anlamaya vurgu yapar. Medya okuryazarlığı ise medya ve okuryazarlık kavramlarının birleşiminden oluşur (Coşkun, 2021).

Medya okuryazarlığı kavramının sistematik tanımlamasını ilk olarak Finli araştırmacı Sirkka Minkkinen tarafından 1978 yılında yapılmıştır. Minkkinen’e göre medya okuryazarlığı bilişsel, etik, felsefi ve estetik konulardaki becerileri geliştirmeyi hedeflediği şekilde ifade ettiği görülmektedir (İnceoğlu, 2006). Fakat medya okuryazarlığı konusu ile ilgili alan yazın incelendiğinde çıkış noktasının 1992 yılındaki Ulusal Medya Okuryazarlığı Öncülük Konferansı’nda (The National Leadership Conference on Media Literacy) geliştirilen ve bu konu üzerindeki akademik ilginin formel bir alana dönüşmesinin başlangıcını oluşturan, medya okuryazarlığı tanımı olduğu önümüze çıkmaktadır. O zamandan günümüze medya okuryazarlığına farklı şekillerde bakan ve anlamlandıran birçok görüş olmuştur. Örneğin iletişim alanında çalışanlar için bir mesleki eğitim, eğitimciler için kazandırılması gereken beceri, bazı bilim insanları için dijital çağda medyayı kullanma becerilerindeki yeterlilik ve çocukları kapitalist sömürüye karşı uyandırmanın yolu olarak algılandığı görülmektedir. Bir başka grup için ise nelerin izlenip nelerin izlenmeyeceği konusunda sağlıklı kararlar vermek için gerekli olan bir beceri olarak görülmektedir (Hobbs, 1999; Şahin, 2011, s. 5). Dolayısıyla medya teknolojik, kültürel, sosyal ve ekonomik gibi boyutların çeşitliliğini içermesi nedeniyle “şemsiye kavram” olarak adlandırılmış. Bu adlandırmalar medya okuryazarlığının da çok yönlü tanımlamalarına konu olmasına neden olmuştur (Koltay, 2011; Šuminas ve Jastramskis, 2020).

Medya okuryazarlığı konusunun içeriğine bakıldığında da farklı disiplin alanlarının çalışma konusu olduğu görülmektedir. Bu durum herkesin üzerinde uzlaştığı bir tanımlamanın olmayacağına göstermektedir. Buna karşın bazı tanımların daha yaygın kabul gördüğü görülmektedir. Yaygın kabul gören bir tanımlamada medya okuryazarlığı; bireylerin yazılı, görsel, işitsel vb. farklı formatlardaki medya mesajlarına erişebilme, bunları yorumlama ve analiz etme, aynı zamanda kendi mesajlarını oluşturup yayabilme becerisi olarak tanımlanmaktadır (Buckingham, 2009; Çakmak, 2010; Hobbs, 1998; Potter, 2005). Medya okuryazarlığı farklı sosyal iletişim biçim ve kanallarını kullanarak kendini de ifade edebilme yetisi olarak ifade edilmektedir (Şahin, 2011). Bireylerin yazılı kaynaklardan, videolardan, internetten, televizyondan diğer medya

araçlarından bilgilere erişmeyi sağlamasıdır. Medya okuryazarlığı edinilen bilgileri yorumlamaya, analiz etmeye, eleştirmeye bilgiyi yeniden oluşturup değerlendirmeye olanak sağlar. Medyayı çoklu erişim noktalarını kullanabilme, medya ürünü oluşturma, paylaşımda bulunma, çeşitli bağlamlarda iletişim kurma kısacası medyaya erişme, medyayı anlama ve yaratma yeteneğini de kapsamaktadır (Ardıç ve Altun, 2019, s. 391; Buckingham vd., s. 2004).

Yukardaki tanımlamalara rağmen medya okuryazarlığı kavramının tanımı üzerine yapılan çalışmaların sürmekte olduğu görülmektedir. UNESCO'nun tanımına baktığımızda “medya okuryazarlığı eğitimi” kavramını kullandığı görülmektedir (Altun, 2009). Aynı zamanda UNESCO medya okuryazarlığının tanımını ise şöyle yapmaktadır (UNESCO, 1984):

“Hem pratik ve teorik olarak medyanın tüm seviyelerdeki (ilk, orta, lise, yetişkin eğitimi, yaşam boyu eğitim) ve tüm durumlardaki bütün çalışma, öğrenme ve öğretim biçimlerini, tarihi, yaratıcılığı, kullanımını ve değerlendirilmesini kapsar. Hem de toplumda medyanın işgal ettiği yer, sosyal etkisini, medya iletişiminin, katılımının içinde saklı olan anlamları, sebep oldukları algılama tarzının değişikliği, yaratıcı çalışma rolünü ve medyaya ulaşmayı kapsar”.

Medya okuryazarlığına ilişkin bir başka tanım ise ABD’de yer alan Ulusal Sosyal Bilgiler Konseyi’nde yapılan medya okuryazarlığı kavramı olmuştur. Konseye göre: “Medya okuryazarlığı medyanın toplum üzerindeki rollerini ve tüm medya mesaj çeşitlerinin çoklu anlamlarını sorgulamak için medyayı farklı türden sorgulayan bir eğitim yaklaşımıdır. Bilgi iletişim teknolojisinin (mum boya çalışmalarından web kamerasına) kullanımını destekleyen bir eğitim yaklaşımıdır. Medya içeriğinin analizi medya aracının sorgulanmasıyla birleştirilmiştir. Bu yaklaşım analitik düşünme ve beceriye dayalı olan bir yaklaşımdır. Böylece medya okuryazarlığı öğrencilerin kendi alternatif görüntülerini, seslerini ve fikirlerini dikkatle gözden geçirmesini sağlama, medya mesajını oluşturma ve oluşturduğu mesajını yayması gibi medya üretiminde eleştirel bir yaklaşımla sorgulama sürecini ilişkilendirmiştir. Medya okuryazarlığı hem mesajlara ulaşma, analiz etme, değerlendirme, oluşturma ve yayma becerilerini hem de büyüyen bir katılımcı kültürle ilgili kültürel yeterlikleri ve toplumsal becerileri içerir. Bu katılımcı kültür yalnızca “bireysel söylem” ile kalmıyor, işbirliği ve iletişim ağı oluşturarak gelişen sosyal becerileri gerektiren “toplumsal katılım” ile de nitelendiriliyor (Jenkins vd. 2007: s. 4). Medya okuryazarlığı öğrencileri medyanın izleyicileri nasıl

konumlandığı ve nasıl kamuoyu oluşturduğunu öğrenmesi gibi ideoloji ve gücün analizini de içerir (Thoman, Akt. Altun, 2010).

Medya okuryazarlığı farklı şekillerde tanımlanıp yeni bir kavram gibi algılansa da aslına bakılacak olursa temelinde aşına olduğumuz iki temel beceri vardır. Bunlar bilgi okuryazarlığı ve eleştirel düşünmedir. Her ne kadar dijital çağda yaşasak da bireyler için bilgi, günlük yaşamda toplumun öncelikli ihtiyacı olması sebebiyle önemini sürdürmektedir. Fakat bilgiye ulaşım araçlarının değişmesi bilgi tüketiminde de yeni bir yaşam tarzı şeklinde karşımıza çıkmaktadır (Winahyu ve Djono, 2018). Son on yirmi yılda özellikle bilginin üretimi ve tüketimi ile ilgili önemli bir değişim yaşanmaktadır. Medya yolu ile bilgilere erişimdeki hızlı artışın sebep olduğu ve bilginin elde edilmesi ile ilgili manzara temelinde değiştiği görülmektedir. Bilgiler artık çok hızlı bir şekilde yayılarak küresel bir bilgi haline gelmektedir. Bireyler bir konu hakkında sayısız bilgiye ulaşmaktadır. Bu durum medyadaki bilginin geçerliliğine, inanırlığına ve güvenilirliğine odaklanması gereken bir durum haline gelmiştir. Bu da karşımıza medyanın bilgi edinme biçiminde benzeri görülmemiş bir güç değişimine yol açtığını göstermektedir. Dolayısıyla medya okuryazarlığının içerisinde bulunan bilgi üretilir, tüketilir, dağıtılır, güvenilir ve bilgiye değer verme boyutunun önem kazanması vurgulanmıştır. Böylece medya okuryazarlığı bireylere bilgi okuryazarlığı kazandırarak güçlendirilmiş, bilinçli vatandaşlar yetiştirmektedir. Bilgi okuryazarlığı kazandırarak bilinçli öğrenen bireyler yetiştirmektedir. Medya okuryazarlığı da bireyler için yanlış bilginin istenmeden yayılması önüne geçmeyi dezenformasyon gibi suiistimaller karşısında bilgi edinmesini sağlamaktadır. Diğer yandan bireyler artık daha önce hiç olmadığı kadar öğrenebilir, katılabilir, paylaşabilir ve kendilerini ifade edebilir hale gelmişlerdir (Altun, 2018, s. 3; Jolls ve Johnsen, 2018). Medyaya eleştirel amaçlı bakmak ise seçici davranmayı, seçici davranmakta aynı zamanda eleştirel düşünme ve eleştirel okuryazarlığı işe koşması şeklinde açıklanabilir. Medya okuryazarlığında eleştirel düşünmeye baktığımızda ise okuryazarlık kavramını kitle iletişiminin ve popüler kültürün farklı biçimlerini içerecek, genişletecek şekilde ele aldığı görülmektedir Medya okuryazarlığı aynı zamanda bireylerde eğitim ile medya ve izleyicileri, bilgi ve güç arasındaki ilişkileri eleştirel bir şekilde analiz etme potansiyelini derinleştirir. Bireylerin medya kodlarını ve geleneklerini analiz etme becerilerini, stereotipleri, baskın değerleri ve ideolojileri eleştirme becerilerini ve medya metinleri tarafından üretilen çoklu anlam ve mesajları yorumlama becerilerini geliştirmeyi amaçlar. Medya okuryazarlığı insanlara medya içeriğini ayırt etme ve değerlendirme, medya formlarını eleştirel bir şekilde inceleme, medya etkilerini

ve kullanımlarını araştırma, medyayı akıllıca kullanma ve alternatif medya oluşturma konusunda yardımcı olur. Bu durum medyaya eleştirel bakmayı kapsar. Bu amaçlar doğrultusunda medya okuryazarlığı eleştirel düşünmeyi ve bilgi okuryazarlığının medya mesajları üzerinde beceri haline getirilmesidir (Altun, 2018, s. 3; McClearen, 2015).

Silverblatt ve Eliceiri'ye (1997) göre medya okuryazarlığı, izleyicilerin aldıkları bilgiyi medya kanalları aracılığıyla çözmesini sağlayan eleştirel düşünme becerisidir. Bu özelliği ile medya içerikleri hakkında bağımsız hüküm verme yetkisini geliştirmektedir (Tuncel, 2018). Potter'a (2011: s. 19) göre, medya okuryazarlığı, maruz kaldığımız ve karşılaştığımız medya mesajlarını çeşitli açılardan yorumlamamızı sağlayan bakış açısıdır.

Medya okuryazarlığının bir diğer temelinde ise öğrencilerin yeterli, eleştirel ve yaratıcı düşünme yeteneklerini geliştirebilmek vardır. Medya okuryazarlığı öğrencilerin medyada gördüklerini ve duyduklarının etkisinde kalan değil bunları kontrol eden kişiler olmalarını sağlamayı içerir. Örneğin; medya mesajlarındaki anahtar düşünceleri nasıl ayırt edebileceğini bilmek, çeşitli düşünceler arasında nasıl bağlantı kurabileceğini bilmeyi kapsar. Aynı zaman da medya mesajlarına uygun soruları nasıl sorabileceğini bilmek, yanıtlar oluşturabilmek, yanlışlıkları fark edebilmek vardır. Bunlar da demokratik bir toplumda entelektüel özgürlüğü ve tam anlamıyla vatandaşlık görevini yerine getirmeyi sağlamaktadır (Aslan, 2017; Jolls ve Thoman, 2008: s. 33).

Yukarıdaki tanımlara baktığımızda medya okuryazarlığı kavramının birbirinden farklı tanımları olduğu görülmektedir. Farklı tanımların olması medya okuryazarlığı eğitiminin temel yaklaşımlarına da yansdığı görülmektedir. Bunun temel nedeni ise medya okuryazarlığı uzmanlarının bu konuda farklı görüş ileri sürmeleri, teknolojideki değişimin çok hızlı olması ve bunun sonucunda da medya okuryazarlığının sürekli geliştirilmesinin gerekli olması şeklinde açıklanabilir. Teknolojik değişimler medya okuryazarlığı eğitiminin de sürekli kendisini geliştirmesini ve çağa uyum sağlamasını zorunlu kılmıştır. Bu bağlamda medya okuryazarlığı eğitiminde kullanılan yaklaşımlarda farklılık göstermiştir. Medya okuryazarlığındaki yaklaşımlar aşağıdaki şekilde kategorize edilerek ifade edilmiştir (Koçoğlu, Salur ve Yiğen, 2021);

- Geleneksel medya okuryazarlığı kapsamında ana akım yaklaşımları,
- Yeni medya okuryazarlığı kapsamında eleştirel yaklaşımlar,
- Medya okuryazarlığında spesifik uzman yaklaşımları.

2.2.1.1. Geleneksel medya okuryazarlığı kapsamındaki ana akım yaklaşımlar

Aşılamacı yaklaşım: 20. yüzyılın ilk yarısına gelindiğinde kitle iletişim araçları düşük beğeniler üretmek, okuma ve dil becerilerini geri götürmek, basit ve sansasyonel içerikte programlar üretmek gibi suçlamalara maruz kalmışlardır. Bu durumda bireylerin medyaya karşı geleneksel değerleri korumak için kontrol edilmesinin gerekliliği düşünülmekteydi. Aşılamacı yaklaşım medyayı tamamen zararlı gördüğü için medyaya karşı olumsuz bir tutum geliştirmiştir. Medyayı zararlı bir mikrop gibi görmüştür. Bu yüzden mikrop şeklindeki bir miktar medya içeriğini derste inceleyerek öğrenenlerde bağımsızlık kazanılacağını savunmaktaydı. Fakat bu yaklaşım tam tersi bir etki gösterince terk edilmiştir (Bilici, 2019, s. 27; Kıran, 2020).

Korumacı yaklaşım: Yaklaşımın temel amacı medyanın zararlı içeriğinden çocukları korumak olmuştur. Medyanın sunduğu yanlış bilgi ve aktardığı değerlere dikkat edilmesi gerektiğini savunur. Amaç çocukları medyanın sunduğu popüler kültürün bayağılığından korumak ve mevcut kültürel yapının korunması sağlamaktır (Altun, 2019, s. 54). Teknolojideki ulaşım kolaylığı çocukların sürekli denetlenmesinin zor olması yeni yaklaşımların ortaya çıkmasını sağlamıştır.

2.2.1.2. Yeni medya okuryazarlığı kapsamındaki eleştirel yaklaşımlar

Güçlendirmeci yaklaşım: Medyayı kötü, zararlı, kaçınılması ve korunulması gerektiğini savunan yaklaşımların aksine medya okuryazarlığı bilincinin medya ile olan bağı artırma ve medya bilincinin güçlendirilmesi ile sağlanabileceğini savunur. Bu yaklaşım öğrencilerin medyanın gücü ve medya uzmanlarının etkinliği konusunda bilgi sahibi olmalarını savunur. Bu gücü kavrayıp değerlendiren öğrenciler kendi medya iletilerini oluşturarak bu güçten bir anlamda kendilerine pay çıkaracak ve kendilerine güvenleri artacaktır. Öğrencilere medya okuryazarlığı becerisi kazandırılarak medyanın zararlarından korumanın ötesinde öğrencilerin medya karşısında “bağımsızlık sistemlerini” geliştirmeye olanak sağlar (Koçoğlu, Salur ve Yiğen, 2021).

Eleştirel yaklaşım: Eleştirel yaklaşım ile bireylerin küçük yaşlardan itibaren medya konusunda bilinç kazanmasını ve sorgulama becerisini geliştirmelerini sağlanmaya çalışılmaktadır (Gündüz ve Kalan, 2010, s. 61). Bu yaklaşım bireyi sadece medyanın olumsuz etkilerinden korunmayı amaçladığı ve bireyin edilgen, korumacı yaklaşıma karşı bireyin daha etkin olmasını sağlamaktır. Bireylere medya mesajlarını

eleştirel ve sorgulayıcı bir gözle değerlendirebilme yeteneği kazandırılmaya çalışılır. Eleştirel yaklaşımda medyanın sadece olumsuz yanları değil olumlu yanları da ortaya koymaya çalışılır. Medya artı ve eksileri ile objektif olarak gerekçelendirilmeye çalışılır. Medyaya eleştirel bakan bireylerin, medya okuryazarlığı ile medya mesajlarının kurgusal olduğunu, gerçeklikten farklılaştığını ve ticari amaçlar taşıdıklarını fark edebilmeleri gerekmektedir. İçerik açısından yazılı, görsel-işitsel medya, tamamında açık veya gizli mesaj içermektedir (Bilici, 2019, s. 31; İnal, 2009, s. 86). Medya okuryazarlığının temel amacı eleştirel bir bakış açısıyla medya ile yaşamasının gerektiğini savunur (Uysal, 2016, s. 25). Bu yaklaşımda medya okuryazarlığında bireyler için eleştirel bakış açısına sahip olabilmek önemli bir unsurdur (Kıran, 2020).

Çözümlemeci yaklaşım: Medya üretim sürecini anlamak için medyanın iletilerindeki mesajlarda kullanılan bileşenler ayrılarak incelenmelidir. Medya mesajını çözümleme sürecinde öncelikli olarak dışsal özellikler ve biçime bakılması gerekmektedir. Daha sonra içerik (neden bahsettiği hatta söylem, dünya görüşü, çıkar ilişkileri, popülerite) ayrıntılı bir şekilde incelenmelidir. Kullanılan teknik ve teknolojiler (söz sanatları, görsel sanatlar, müzik, çekim teknikleri, dekor, kostüm, kompozisyon, efekt, animasyon, ses, ışık, açı, aks, ölçek, kurgu, montaj, grafik tasarım, ekipman, yazılım, donanım...) incelenmelidir. Tersine mühendislik uygulamalarında olduğu gibi mesajı parçalara ayırarak mesajın üretiminde neler kullanılmış, nasıl yapılmış anlaşılmalıdır. Medya mesajın da kullanılan mesajın etkisini artırmak için; bireyin iç dünyasına, duygularına dokunmak için ne gibi estetik ve sanatsal kaygılar taşınmış, ortaya ne çıkmış? Şeklinde incelemeler yapılmalıdır (Bilici, 2019, s. 29).

2.2.1.3. Medya okuryazarlığı spesifik uzman yaklaşımları

Marshall McLuhan yaklaşımı: MachLuhan'a göre medyanın en önemli özelliği kültürel boyutla ilgili değil, iletişimin teknik ve araçsal boyutu ile ilgilidir (Kıran, 2020). Medya iletilerinin kullanıcılar üzerindeki etkinin içerik ve mesajdan ziyade bu iletilerin oluşturulma biçimleri, sunuşları ve hâlihazırdaki formları olduğunu söylemektedir. Medya iletilerinin oluşturulmasında kullanılan araçların da tıpkı içerik gibi hatta onun ötesinde bir işleve sahip olduğunu ifade etmektedir. Ayrıca ileti sahip olduğu niteliğe ve biçimlendirici etkisiyle kullanıcıları etkisi altına almakta olduğunu vurgulamaktadır. Araç olmadan mesajın herhangi bir önemi ve işleve sahip olmadığını vurgulamaktadır.

McLuhan'ın çalışmalarında sadece medyanın ve iletişimin araçsal boyutunu ön plana çıkarmaktadır. Bu yönü ile içeriği göz ardı edilmesi eleştirilere neden olmuştur (Koçoğlu, Salur ve Yiğen, 2019, s. 47-48).

Benjamin Bloom Yaklaşımı: Bilici (2014) Benjamin Bloom yaklaşımını öğrenme süreçlerindeki gibi somuttan soyuta ve kolaydan zora şeklinde sınıflandırmıştır. Düşünsel adımları hiyerarşik bir sıraya göre sunduğunu belirtmiştir. Bloom'un sınıflaması bilişsel, duyuşsal ve devinişsel olmak üzere üç alanda değerlendirilmektedir. Bloom'un bilişsel öğrenme alanı bilgi, kavrama, uygulama, analiz, sentez ve değerlendirme şeklinde en düşük seviyeden en yüksek seviyeye altı basamağı tanımlamaktadır. Bilici (2014) bu basamakların gözlem ve yorumlama becerisini güçlendirirken ön yargı, yanlış ve eksik öğrenmelerin de fark edilmesini sağladığını belirtmektedir. Koçoğlu, Salur ve Yiğen (2019) ise medya okuryazarlığının erişim, analiz, değerlendirme ve üretme basamakları ile Bloom'un belirttiği basamaklar arasında önemli ölçüde benzerlikler olduğunu ifade edilmektedir.

Albert Bandura Yaklaşımı: Bandura gözleme dayalı öğrenme ya da modelleme teorisiyle tanınmaktadır. Yaklaşımında öğrenme süreçlerinde imaj ve sözel öğrenmeleri savunmaktadır. Özellikle çocukların sosyalleşme sürecinde çevresindeki insanların sundukları imajlar ve sözler öğrenme sürecinde belirleyici bir rol izlemektedir. Örneğin bir filmi izleyen çocuk oyuncuların imaj ve sözlerini model alma eğiliminde olduklarını ifade etmektedir. Dolayısıyla günümüzde çocukların çoğu dünya hakkındaki algıları ve görüşleri medya aracılığıyla oluştuğunu savunmaktadır. Çocuklar zaman, mekân ve imkân olarak erişemediği şeyler hakkında medya üzerinden bilgilenmektedirler. Bandura medyanın çocuklar için informal bir öğrenme alanı sunduğunu dile getirmektedir (Koçoğlu, Salur ve Yiğen, 2019, s. 50).

İlişkilendirme yaklaşımı: Bu yaklaşım medya okuryazarlığı becerisinin küçük yaşta okulöncesinden başlanarak bütün eğitim kademelerindeki derslerle ilişkilendirilmesini öngörmektedir (Altun, 2021, s. 54).

Medyanın bireylerin şekillenmesinde bu denli etkili olması medya okuryazarlığı eğitimi üzerine farklı yaklaşımların öne sürülmesi araştırma yapanların da çalışmalarına yansımıştır. Medya okuryazarlığı eğitimcileri çalışmaları sonucunda medya okuryazarlığı eğitiminde sistematik bir sürecin olmasını ve medya okuryazarlığının ne demek olduğunun açık bir şekilde ifade edilmesi gerektiği vurgulanmıştır. Medya okuryazarlığına dair bir takım ilkeler ortaya koymuşlardır. Eğitimcilerin ortaya koymuş olduğu medya okuryazarlığı ilkelerine bakmak gerekmektedir.

2.2.1.4. Medya okuryazarlığının İlkeleri

Medya okuryazarlığı kavramına ilişkin medya eğitimcileri (Len Masterman, Aufderheide, Scheibe ve Rogow) çeşitli çalışmalar yaparak medya okuryazarlığının eğitiminde bir takım ilkeler belirlemişlerdir. Bu ilkelerle, medya okuryazarlığına yönelik medya eğitiminin doğru algıların gelişmesine olanak sağlanmaya çalışılmıştır. İngiltere'nin medya eğitmeni olan Len Masterman (1989) "Medya Farkındalığı Eğitimi" adlı çalışmasında medya eğitimi ile ilgili on sekiz ilke olduğunu belirtmiştir. Bu ilkeler:

- Medya eğitimi ciddi ve önemli bir çabadır. Söz konusu olan çoğunluğun güçlenmesi ve toplumun demokratik yargıların güçlenmesidir.
- Medya eğitimi kavramının merkezinde birleştirme vardır. Medya gerçeği yansıtmaz, gerçeği sunmak için aracılık eder ve ele aldığı şeyi temsil etmektedir. Medya aynı zamanda sembolik veya gösterge sistemleridir. Bu ilke diğer ilkelerin temelini oluşturur ve yolunu açmaktadır.
- Medya eğitimi yaşam boyu devam eden bir süreçtir. Bu nedenle yüksek öğrenci motivasyonu birincil hedef haline gelmelidir.
- Medya eğitimi eleştirel zekâyı değil eleştirel özerkliği de geliştirmeyi amaçlar.
- Medya eğitimi belirli kültürel değerleri empoze etmeye çalışmaz, araştırmacıdır.
- Medya eğitimi günceldir ve güncellik fırsatından yararlanır. Öğrencilerin yaşam durumlarını aydınlatmayı amaçlar. Bunu yaparken "burada ve şimdi"yi daha geniş, tarihsel ve ideolojik meseleler bağlamına yerleştirir.
- Medya eğitiminde anahtar kavramlar alternatif bir içerikten ziyade analitik araçlar olarak kullanılır.
- Medya eğitiminde içerik, bir amaca ulaşmak için bir araçtır. Bu amaçla alternatif bir içerikten ziyade aktarabilir analitik araçların geliştirilmesidir.
- Medya eğitiminin etkinliği sadece iki kriterde değerlendirilebilir. a) Öğrencilerin eleştirel düşüncelerini yani durumlara uygulama becerisi, b) Öğrenciler tarafından gösterilen bağımlılık sorumluluk ve motivasyon miktarı.
- Medya eğitiminde ideal değerlendirme öğrencinin hem biçimlendirici hem de özetleyişi yani öz değerlendirme anlamına gelir.

- Medya eğitimi yansıtma ve diyalog için her iki nesneyi de sunarak öğretmen ve öğrenciler arasındaki ilişkiyi değiştirmeye çalışır.
- Medya eğitimi, araştırmalarını tartışmadan çok diyalog yolu ile yürütür.
- Medya eğitiminin esası aktif ve katılıma dayanır. Daha açık ve demokratik pedagojilerin gelişimini destekler. Öğrencilere kendi öğrenmeleri üzerinde daha fazla sorumluluk almalarını ve kontrol etmelerini amaçlar. Öğrencilerin müfredatın ortak planlamasına katılmasını ve kendi öğrenmeleri hakkında daha uzun vadeli bakış açıları almaya teşvik eder. Kısaca medya eğitimi, yeni bir konu alanının tanıtılmasıyla ilgili olduğu kadar, yeni çalışma biçimleriyle de ilgilidir.
- Medya eğitimi işbirlikçi öğrenmeyi içerir. Grup odaklı çalışmaları gerektirir. Bireysel öğrenmeyi rekabet yoluyla değil, tüm grubun motivasyonunu ve kaynaklarına erişim yoluyla geliştirildiğini varsayar.
- Medya eğitimi hem pratik eleştiriden hem de eleştirel pratikten oluşur. Kültürel eleştirinin kültürün yeniden üretim üzerindeki önceliğini onaylar.
- Medya Eğitimi bütüncül bir süreci takip eder. Bu durumda ideal olan ebeveynler, medya uzmanları ve öğretmen-meslektaşlarla ilişkiler geliştirmek anlamına gelir.
- Medya eğitimi sürekli olarak değişim ilkesine dayanır. Sürekli değişen ve kendini geliştiren bir gerçeklikle paralel olarak gelişmelidir.
- Medya eğitimini destekleyen ayırt edici bir epistemolojidir (bilgi). Var olan bu bilgi öğretmenler tarafından basitçe aktarılmaz veya öğrenciler tarafından kendiliğinden keşfedilmez. Bu süreç aynı zamanda medya eğitimi için son değil, bir başlangıçtır. Öğrenciler ve öğretmenler tarafından aktif olarak yeni bilgilerin yaratıldığı eleştirel araştırma ve diyalog konusu olan bir süreçtir.

Masterman, ifade ettiği bu 18 ilke ile medya okuryazarlığı eğitiminde nasıl bir sürecin takip edilmesi gerektiğinin ve hangi niteliklere sahip olması gerektiğini ortaya koymuştur. Medya okuryazarlığı eğitiminin tanımını sürekli yenileyerek ilgili çalışmalar sürdüğü için uzmanlarda da eğitimin nitelikleri hakkında tanımlar yapmaya devam etmektedir.

Jolls ve Thoman (2008), ise yukarıdaki ilkelerden yola çıkarak medya okuryazarlığında öğrencilere anahtar sorular sorulabileceğini ifade etmiştir. Bu sorular ile

temel kavramların kazandırılabilceğini eklemiştir. Bu anahtar soruları ve temel kavramları şöyle açıklamıştır:

- Anahtar Soru 1: Bu mesaj kim tarafından yaratıldı?
- Temel Kavram 1: Medya mesajlarının tümü 'kurgulanmıştır.

Bu soruya yanıt olarak ve üzerinde durulan temel kavram medya metinlerinin doğal olduğunun düşünmemesidir. Medya metinleri birileri tarafından yapılanmaktadır. Dergilerde, televizyon programlarında, filmlerde oluşturulan medya metinlerinde yüzlerce farklı medya metinlerini kurgulamak için farklı yapı taşı kullanılmaktadır. Bu şu anlama gelmektedir. İzlediğimiz haberlerden, sokaktaki panolara, bize ulaşan medya mesajlarının birileri tarafından yazıldığı, resimlerin birileri tarafından çekilerek medyanın dilini bilen yaratıcı bir ekip tarafından düzenlenmektedir. Ayrıca kurgulanma süreci yalnızca fiziksel bir kurgulanma da değildir. Birkaç kişi tarafından kurgulanan medya mesajı bir süre sonra sorgulanmadan normal bir hal almaktadır. Aslında medya mesajlarında gördüklerimiz, duyduklarımız ve okuduklarımız başkalarının görmemizi, duymamızı ve okumamızı istedikleridir. Kurgulanan medya mesajları ne kadar doğal görünüme sahip olursa izleyiciye ulaşma başarı oranı da o kadar fazla olur. Oysa gerçekte olan ise bütün medya mesajlarının medyada gördüğümüz haberlerin bile doğal olmadığıdır. Bu durum bireylerin medyayı eğlenme amaçlı kullanmayacağı anlamına gelmemektedir. Bu sorunun amacı şüpheli yaklaşma değil kurgulanmışlarının karmaşıklığını ortaya çıkarmaktır. Böylece medya mesajlarına eleştirel bir mesafe yaratarak diğer önemli soruları sormamızı sağlamaktır.

- Anahtar Soru 2: Bu mesajda ilgimi çekebilmek için ne tür teknikler kullanıldı?
- Temel Kavram 2: Medya mesajları kendine özgü kurallar kullanılarak yaratıcı bir dille kurgulanmıştır.

Bu soruya yanıt olarak ve üzerinde durulan temel kavram medya mesajlarındaki her bir iletişim şeklinin kendine özgü yaratıcı bir dili vardır. Mesajdaki korkuyu arttırmak için kullanılan ürkütücü müzikler, mahremiyetin kaldırılmasında kullanılan kamerayı yakınlaştırma tekniği, önemli mesajlar vermek için büyük başlıkların kullanılması gibi bazı teknikler kullanılmaktadır. Medyada kullanılan dil sistemi gerçekleri geçerek bireylerin en derin duygularına ulaşan işitsel ve görsel dili tanımak,

bireylerin medya deneyimlerindeki memnuniyet yetisini ve mutluluğunu artırırken yapılan hilelere karşı daha az şüpheci davranmasına yardımcı olur. Medyanın mesajlarını oluştururken kullanılan dili anlamının en iyi yolu bireylerin bir medya mesajını oluşturmasıdır.

- Anahtar Soru 3: Bu mesajı diğer insanlar benim anladığımdan farklı olarak nasıl anlamış olabilirler?
- Temel Kavram 3: Farklı kişiler verilen aynı mesajı farklı şekilde algılayabilirler.

Bu soruya yanıt olarak ve üzerinde durulan temel kavram medya metinlerinin açıklanmasında dinleyiciler rol oynar. Nedeni her dinleyici medya metinlerine kendi yaşantısına ait bir dizi deneyim getirirler. Bunda yaş, cinsiyet, eğitim, kültürel birikim medya metinlerine uyguladıklarında ve metinleri birleştirdiklerinde özel bir açıklama oluştururlar. Aynı programı izleyen farklı yaş grubundaki bireyler aslında aynı şeyleri görmüyor olacaklardır. Bu düşünce gündeme televizyon izleyicilerinin pasif birer “koltuk patatesi” oldukları yaklaşımıyla geri dönmüştür. Bizler bunun her zaman farkında olamayabiliriz ama en azından, küçük çocuklar da dahil olmak üzere ne gördüğümüzü, duyduğumuzu ve okuduğumuzu düzenli olarak “anlamaya” çalışabiliriz. Çevremizde yaşadığımız deneyimlerimiz hakkında ne kadar çok soru sorabilirsek, bize ulaştırılan mesajı kabul veya reddetmede o kadar uyanık olabiliriz. Araştırmalar göstermiştir ki, zaman içerisinde aynı yaşta bütün çocuklar kendi yaşlarına uygun yetenekleri kavrayarak yeni birer bakış açısına sahip olabilirler böylece medya kültürünü “okuyabilir” ve “açıklayabilirler”.

- Anahtar Soru 4: Bu mesajda hangi yaşam stillerine, değerlere ve görüşlere yer verilmiş ve hangileri göz ardı edilmiştir?
- Temel Kavram 4: Medyanın gizlenmiş değer ve görüşleri vardır.

Bu soruya yanıt olarak ve üzerinde durulan temel kavram medya metinleri kurgulanırken aslında alt metinler taşırlar. Kurgulanan mesajda mesajı oluşturan kişi veya kişiler için önemli olan alt metinler yerleştirirler. Medya metinleri bir olay örgüsü içerir. Olaydaki karakterin yaş, cinsiyet ve ırk seçiminin, yaşam biçimi, tutum ve davranışlarla birleştirilerek canlandırılması, senaryodaki hareketlilik sadece bir televizyon şovu, bir

film veya reklâmın içerisine değerleri “gizli bir şekilde” yerleştirme yollarından bir kaç tanesidir. Medya mesajlarının nasıl okunacağını öğrenmek mesajı doğal kabul etmek yerine medya mesajlarının içerisine gizlenmiş görüşleri de ortaya çıkarmaktır. Mesajları bu yolla fark etmek onların metnin bir parçası olarak görüp değerlendirmek önemlidir. Bireyler bunları yaptıktan sonra oluşturulan medya mesajlarını kabul ya da reddedeceğine karar verebilir. Mesajlardaki göz ardı edilmiş düşünceleri fark etmek ve onları adlandırabilmek çevremizde yer alan medya örüntüleri ile baş edebilmek için oldukça önem arz eden bir yetenektir.

- Anahtar Soru 5: Bu mesaj neden gönderilmiştir?
- Temel Kavram 5: Medyadaki mesajların büyük çoğunluğu gelir ya da güç elde edebilmek için organize edilmişlerdir.

Bu soruya yanıt olarak ve üzerinde durulan temel kavram günümüz medya kuruluşlarının çoğunluğu para kazanmayı amaçlayan şirketler olarak kurulmuş olduğunu kavratmaktadır. Daha sonra da ticari şirketler olarak yollarına devam ettiğini kavratmaktadır. Örneğin gazeteler ve dergiler öncelikli sayfalarını reklamlara ayırmakta geri kalanları haberlere ayırmaktadır. Aynı işleyişi televizyon programları da takip etmektedir. Ticari medya yolu ile sadece reklamı yapılan ürün izleyiciye satılmamaktadır. Aynı zamanda izleyiciler de reklamı veren kuruluşlara satılmaktadır. Medya araçlarında yer alan köşe yazarlarının gerçek amacı aslında izleyici kitlesi oluşturmaktır. Amaçları sponsorlar bulmak ve buldukları sponsorların ürünlerine teşvik etmek. Bunun karşılığında belirli ekonomik kazanç elde etmek.

Jolls ve Thoman’ın (2008) yapmış oldukları tanımlarda da belirtildiği gibi medya okuryazarlığı eğitiminde bireyin medya mesajları hakkında bilinçlenmesi gerekliliği açık bir şekilde belirtilmiştir. Altun (2013), medya okuryazarlığı için belirlenen bu ilke ve tanımlarından yola çıkarak medya mesajlarının analiz edilmesinde bir takım tekniklerin kullanılmakta olduğunu belirtmiştir. Bu amaçla medya okuryazarlığının ilkelerini aşağıdaki soruya dönüştürmüştür:

- Soru-1: Bu mesajı kim oluşturdu?
- Soru-2: Dikkatimi çekmek için yaratılan teknikler nelerdir?
- Soru-3: Başka insanlar bu mesajı sizden farklı olarak nasıl anlayabilirler?
- Soru-4: Bu mesaj niçin gönderildi?
- Soru-5: Bu mesajda sunulan ya da ihmal edilen yaşam tarzları, değerler ve

bakış açıları nelerdir?

Yukarıda ifade edilen tekniklerin medya okuryazarlığı eğitiminde kullanılabileceği ifade edilmiştir.

Potter (1998), medya okuryazarlığı eğitim düzeyinin basitten karmaşaya doğru geliştirilmesi gerektiğini düşünürken şu hususlara da dikkat edilmesi gerektiğini vurgulamıştır: Medya metinlerinin üretim sürecini bilmek ve bu süreçte temel bilgiler ile donanmak, araçlar arasında karşılaştırma yapmak, yorumlama stratejileri üzerine düşünmek ve medya metinlerini bir bağlama yerleştirmek önemlidir. Ayrıca medya metinlerinin tüketim miktarlarını bilmek ve tüketim süreci ile ilgili bilgilerinde bilinmesi önemlidir. Potter medya okuryazarlığının bazı evrelerinin olduğunu şu şekilde ifade etmiştir:

- Temel öğeleri öğrenmek, medyanın dilini öğrenmek,
- Anlatılanı öğrenmek, şüpheciliği ve eleştirel düşünceyi geliştirmek
- Derinlikli olarak ilerleme, mesajın derinlerine inebilme,
- Deneysel gelişme ve keşif yaparak öğrenilmesini sağlama,
- Eleştirel farkındalığı sağlama (Binark, Gencel ve Bek, 2010, s. 55).

Teknolojideki gelişmeler internetin yaygınlaşarak uluslararası bir platform haline gelmesi medya mesajının güdüleme işlevinde de değişiklikler olmasına neden olmuştur (Jolls ve Thoman, 2008, s. 41). İnternet aracılığı ile gruplar oluşturulmuş, örgütlenmeler sağlanmış, bireyler kişisel görüşlerini değiştirmeye çalışmıştır. İnternetin yaygınlaşması bütün yaş gruplarının kullanıcı hale gelmesini sağlamış ve çocukların bile medya sorunsalı ile baş edebilme gerekliliğini beraberinde getirmiştir (Jolls ve Thoman, 2008, s. 41). Çocuklar medya kullanıcısı olarak cep telefonları ile çevrim içi bilgi edinme, çevrim içi oyun oynama, mesaj göndermede her zamankinden daha fazla erişim sağlar hale gelmiş ve medyaya maruz kalmıştır. (Dominogo ve Mashiko, 2013). Bu durum medya okuryazarlığı eğitiminin önemini arttırmış, çocukların küçük yaştan itibaren medya okuryazarlığı eğitiminin alması gerekliliğini ortaya çıkarmıştır.

2.2.2. Medya okuryazarlığı eğitimi

Çocuklar ve gençler bilgi ve eğlenceye ulaşma imkânı açısından insanlık tarihinin en fazla seçeneğe sahip olduğu bir dünya da büyüyorlar. Kitle iletişim araçları

evlerde yüzlerce televizyon kanallarına ulaşma kolaylığını sunuyor. İnternet bir parmak ucu dokunuşu ile ekran üzerinden sayısız interaktif aktivitelere ulaşmanı sağlıyor. Sadece ulaşmakta değil aynı zamanda paylaşma imkânı açısından da önemli gelişmelerin olduğu da görülmektedir. Örneğin bir dönem video oluşturmak ve videoyu paylaşmak pahalı ve zor bir süreç olmasına rağmen günümüzde bireyler YouTube aracılığıyla çok basit bir şekilde kendi medya mesajlarını oluşturuyor ve paylaşım sağlayabiliyorlar. İnsanlar dijital medya kültürüne katılmanın zevklerini keşfediyorlar. Arkadaş ve akrabaları ile mesafe fark etmeksizin bağlantıda kalabiliyor, fotoğraf paylaşabiliyorlar. Yemek pişirmeden politikaya, sağlığa, bilime, ilişkilere, sanata ve daha birçok konuda her kullanıcı tarafından oluşturulan içeriğe katkıda bulunarak yaratıcılıklarını kullanabiliyorlar. Bu durum aslında basılı toplumdan dijital topluma geçiş yapılmasının sağladığı bir süreç olarak değerlendirilebilir. Dolayısıyla medya kültüründe de değişim yaşanmış, artık herkes fikirlerini bir blokta yayınlayabilir duruma gelmiştir (Hobbs, 2017; Winahyu ve Djono, 2018). Medyanın bireyler üzerindeki bu denli etkilerinin artması medyanın olumlu eğitim deneyimlerine dönüştürülebileceği konusundaki tartışmaların çıkmasını sağlamıştır. Uzun bir süredir devam eden tartışmalar medya okuryazarlığı eğitiminde yenileyen bir durumu ortaya çıkarmıştır (Altun, 2008). Yürütülen tartışmalarda medya okuryazarlığı eğitimini artık bir beceri şeklinde ortaya çıkmasını sağlayacak öğrenme ürünü olarak ortaya çıkmasının gerekliliği ortaya çıkmıştır. Bu becerinin kapsamı genişletilmiş ve genişletilen beceri öğrenme ve öğretme bağlamında daha anlamlı olacağı düşünülmüştür. Medya araçlarının kullanımının daha karmaşık hale gelmesi ile bilginin doğası gereği medya okuryazarlığın eğitiminin zorunlu bir beceri olarak ortaya çıkmasını ve kendini güncellemesini sağlamıştır (Altun, 2018; Ardıç ve Altun, 2019).

2.2.3. Medya okuryazarlığı becerisi

Medya okuryazarlığı eğitimi kavramı teknolojinin sürekli kendisini yenilemesi ile beraber yeni medya araçlarının ve yeni iletişim teknolojilerinin yaşama girmesi kavramın de sürekli olarak kendini dönüştürme zorunluluğunu getirmiştir. Aslında medya okuryazarlığı beceri temelli olan kültürel bir süreci kapsar. Uzmanlarda bu becerinin öğrenme ürünü olarak karşılık bulması için medya okuryazarlığı becerisini alt becerilere dönüştürmüşlerdir. İlk olarak ortaya çıkan beceriye eklemeler yapmışlardır. Yapılan çalışmalarda medya okuryazarlığı alt becerilere ayrılarak şu şekilde ifade edilmiştir: farkındalık, erişim, analiz ve değerlendirme, üretim, paylaşım, aktivizm olarak

sıralanmıştır (Karaduman, 2019; Ardiç ve Altun 2019). Alt becerilerin başında öncelikle farkındalık, daha sonra sırası ile erişim, analiz ve değerlendirme, üretim, paylaşım ve aktivizm şeklinde olduğunu ifade etmişlerdir. Farkındalık becerisinden başlayarak, bireyin karşılaştığı medya mesajlarının (grafik, imgeler, ses, video, yazılı metin vb.) bilincinde olma, amacına uygun olarak medya mesajının içeriğine erişme, bu içerikleri doğru analiz edebilme ve içeriği değerlendirebilmeyi kapsayacağı söylenmiştir. Ayrıca kendi mesajını üretebilme yetkinliğine erişme, ürettiği mesajı paylaşabilme, medya mesajlarına karşı hukuki çerçeve takınarak demokratik bir tutum olarak aktivizm becerisini sergileyecek yaşam boyu devam eden kültürel bir beceri süreci şeklinde ifade edilmiştir (Altun, 2018). Medya okuryazarlığı becerisinin alt becerileri detaylı bir şekilde aşağıdaki gibi açıklamıştır:

Farkındalık: Beceri bireylerin daha medya ve medya mesajlarıyla karşı karşıya gelmeden başlar. Medya ile etkileşim sürecinde de gelişmesinin devam etmesi beklenen bir alt beceridir. Bu süreçte sorgulama, eleştirel düşünme en çok kullanılır. Medyaya dair okumaların ve bu okumalar ile elde edilen kritik bilgilerin ortaya çıkan anahtar sorularla belirginleşmesini sağlayan bir alt beceridir (Altun, 2018). Bireylere reklam panolarından internete, video oyunlarından, tişörtlerin üzerindeki baskılara kadar maruz kaldığı farklı türdeki medya mesajlarının bilincinde olma becerisini sağlar. Medya mesajları ile sunulan bakış açısı, önyargıları kalıp yargıları fark etmesini sağlar. Medyada sunulanlar ile gerçek hayatta yaşananların farklı olduğunu kavratmaya çalışır. Bireylerden medya ile etkileşim sürecini geliştirmesi beklenilir. Bireylere medya kullanım alışkanlıklarını kontrol etmesini kazandırmaya çalışır. Reklamcılık ve tüketim kültürü arasındaki ilişkiyi, medyanın birey ve toplum üzerindeki etkisini, güncel olaylar ve toplumun günlük problemleri gibi konularda farkındalık bu alt beceri ile kazanılır (Ardıç ve Altun, 2019).

Erişim: Medyada erişim becerisi tek seferlik gerçekleşen bir eylem değildir. Bu beceri dinamiktir, sürekli devam eder ve sosyal bir sürece dayanır. Farkındalıktan sonra erişim sağlanır, okuryazarlığın geliştirilmesi, kullanıcıları önemli ölçüde sürekli olarak değiştirmeye zorlar ve yönlendirir. Erişim becerisi teknolojik aletlere sahip olmayı ve temel düzeyde teknolojiyi kullanma bilgisine sahip olmayı da gerektirir (Çelik, 2021). Bununla birlikte beceri donanım ve yazılımı güncelleme, yükseltme gibi uygulamaları da kapsar (Levingstone, 2004). Erişim becerisi doğru bilgiye ulaşmayı, güvenilir bilgiye ulaşmanın yollarına sahip olmayı içerir. Doğru bilgiye ulaşmada bir takım ölçütleri kapsar: Amaç ölçütü, erişilen sitenin hangi amaçla kurulduğuna cevap verir. Kapsam ölçütü kullanıcının araştırmasını kapsamına ve beklentileri karşılayıp karşılamadığına

cevap verir. Bütünlük, elde edilen bilginin tam olması gerektiğini vurgular. Doğruluk ve doğrulanabilirlik, farklı kaynaklar kullanmak, elde edilen bilgileri farklı kaynaklardan karşılaştırma yapmak ve bu şekilde güvenilirlik ölçütünü de sağlamayı kapsar. Tarafsızlık ölçütü, bilginin tarafsız ve doğru erişimi için önemlidir. Bu beceri aynı zamanda bilgide kabul edilebilirlik, tutarlılık, benzersizlik ve değer gibi ölçütü de kapsar. Erişim becerisi, bilgi kirliliğinden doğabilecek olumsuzlukların önüne geçmesini de sağlar (Ardıç ve Altun, 2019). Amacına uygun bilgi edinmenin yanı sıra bireylerin eğlenme, öğrenme, kendini ifade etme gibi farklı amaçlar doğrultusunda medyayı kullanma becerisine sahip olmayı kapsar (Altun, 2018).

Analiz ve Değerlendirme: Bireyler medya mesajlarını analiz ettikleri zaman, mesajların biçiminden, yapısına, tasarımını inceleyebilecek yeteneğe sahip olabilirler. Bireylerin medya mesajı içerisinde yer alan içeriği anlamak için sosyal, siyasal ve ekonomik kavramları bilmeleri ve kullanabilmeleri gerekmektedir (Jolls ve Thoman, 2008). Bireyler analiz ve değerlendirme becerisi ile görsel-işitsel medyaya 5N1K soruları sorarak mesajın analizini yapabilirler. İçerik, söylem ve metinler arası analiz kullanılarak metnin içindeki bulanık ifadeler bulunabilir (Ardıç ve Altun, 2019). Hem görsel-işitsel hem yazılı medyaya eleştirel yaklaşarak etkileşiminde analitik yeterlilikler yelpazesine sahip olabilirler. Bireyler görsel işitsel alan kapsamında medya ajanslarını, medya kategorilerini, dilini, medya temsilcilerini ve izleyicilerini içeren sorgulayıcı bir yaklaşımla analiz edebilirler (Levingstone, 2004). Bu durum analiz ve değerlendirmede eleştirel düşünmenin ve bilgi okuryazarlığının en yoğun olduğu alt beceri haline gelmesine sebep olmuştur. Farkındalık ve erişim becerilerini de yoğun olarak kapsar. Medya içeriklerini bireylerin bilgi edinme, eğlenme, öğrenme, kendilerini ifade etme gibi amaçları doğrultusunda uygun bir şekilde medya mesajlarını çözümlemesini ve değerlendirmesini gerektirir (Altun, 2018). Bireylere medya mesajlarının kalitesini, doğruluğunu, güvenilirliğini ve bakış açısını analiz etmek için eleştirel düşünebilmesini sağlar. Medya mesajlarının potansiyel etkisini ve sonuçlarını değerlendirebilmesi bu alt beceri ile kazanılmaktadır. Bu beceri ile öğrenciler medya mesajlarıyla ilgili eleştirel ve bağımsız düşünebilir; medyanın amacı, değeri ve yararı gibi konularda mantıklı kararlı verebilirler (Ardıç ve Altun, 2019).

Üretim: Bu beceri bireylerin farklı medya araçlarını kullanarak ihtiyaç duyduklarında kendi medya mesajlarını ve içeriğini üretmesini ifade etmektedir. Çekilen bir kısa film, medya araçlarını kullanarak çektiği fotoğraflara müdahale etme veya bir afiş tasarlama gibi farklı türdeki medya içeriklerini oluşturmayı içerir (Altun, 2018). Üretim

bireyin kendini ifade edebilmek için farklı türde oluşturduğu medya araçlarını kullanarak kendini de ifade etmesidir (Altun, 2018). Üretim becerisi aynı zamanda medya içeriğini oluşturmada bireylere bilinçli üreticileri ve sorumluluk sahibi olmalarını sağlar. Günümüzde medya okuryazarlığında en çok başvurulan alt becerisidir. Diğer alt becerileri kapsayan ve üretim yaparken internet kanunu, özel hayatın gizliliği, kişisel bilgilerin korunması, telif hakları, etik ilkelere uygun davranma gibi bir takım yasallık kültürünü içeren çeşitli basamakları kapsayan bir beceridir (Ardıç ve Altun, 2019).

Paylaşım: Bireylerin ürettiği medya mesajlarını oluşturdukları içeriklerle farklı medya araçlarını ve formatlarını kullanarak başka bireylerle paylaşılabilir becerisidir (Altun, 2018). Paylaşım becerisi aynı zamanda bireylere medya üretiminde sorumluluk değeri merkezinde geliştirilen ahlaki ve etik değerleri ön plana çıkarmaktadır (Ardıç ve Altun, 2019).

Aktivizm: Bireylerin medya kurumlarına, araç ve içeriklerine karşı hukuk çerçevesinde her türlü demokratik haklarını kullanarak bireylerin takındığı tepki aktivizm becerisini oluşturmaktadır. Örneğin, çocukların gelişimine uygun olmayan ve yayınlanan bir reklamın RTÜK'e şikâyet edilmesi gibi becerileri kapsamaktadır (Altun, 2018; Ardıç ve Altun, 2019).

Günümüzde bireyler yukarıda açıklanan becerilerin çoğunu interneti kullanarak gerçekleştirmektedirler. Aynı zamanda çocuklar da özellikle interneti kullanım konusunda ebeveynlerinden dahi iyi kullanabilir durumda olduğu görülmektedir. Çocuklar internet kullanım konusunda da önemli bir nüfusu oluşturmaktadırlar. Levingstone (2004) çocukların internet kullanım konusunda önemli bir nüfusu oluşturduğunu ifade etmiştir. Çocukların medyaya erişim konusunda daha iyi olduklarını dile getirmiştir. Fakat çocukların bir medya aracı olan internete özellikle içerik oluşturma, değerlendirme ve ilişkilendirme becerisinde daha zayıf olduğunu ifade etmiştir. Bu nedenle çocuklar medya mesajının amacına uygun bir şekilde kullanma konusunda henüz yeterince yetkin olmadıklarını ifade etmiştir. Çocukların medyanın kendilerine sunduğu bazı risklerden kaçınmaları ve bilinçlenmeleri gerektiğini vurgulamıştır. Çocuklara küçük yaşlardan başlayarak okullarda medya okuryazarlığının verilmesi çocuklarda medyadan aldıkları mesajları anlamlandırarak, eleştirel yaklaşabilmesi ve farklı medya biçimlerini kullanarak kendilerini ifade etmelerine yardımcı olunabileceğini ifade etmiştir (Domingo ve Mashiko 2013). Aslında medya okuryazarlığı becerisi aynı zamanda çocuklara birçok fırsat sunarak demokratik bir vatandaş olarak katılımcı olmalarına katkıda da bulunabilir. Çocukların medyanın olumlu etkilerinden yararlanmasını ve bilinçlenmesi için küçük

yaşlardan başlayarak çocuklardan yukarıdaki medya okuryazarlığının alt becerilerini geliştirme gerekliliği ortaya çıkarmış ve eğitim programlarında yer almıştır. Medya okuryazarlığı becerisi içerik bakımında derslerin müfredatlarıyla bütünleştirilerek verilebilir (Baker, 2010). Nitekim Amerika Birleşik Devletleri, Kanada gibi birçok ülkede medya okuryazarlığı eğitiminin verildiği görülmektedir. İngiltere ve Avustralya'daki gibi medya okuryazarlığı eğitimi İngilizce dili sanatları, sağlık bilimleri, sosyal bilgiler ve fen bilimleri gibi çekirdek müfredatına dahil edilebileceğini ifade edilir (Considine, 2004; Masterman, 2018; ; Schmidt, 2013; Stein ve Prewett, 2009). Sanat ve müzik derslerinde de medyadan yararlanılabileceği yaratıcı becerilerinin gelişebileceği, öğrencilerin medya aracılığı birbirleriyle tanışma ve etkileşim kurmaları için fırsatlar sağladığı görülebilir. Öğrenciler aynı zamanda kendilerine sunulan bilgileri farklı formatlarda analiz etme fırsatı bulabilirler (Altun, 2013; Masterman, 2001; Simons vd., 2017; Thoman, 2003). Diğer ders disiplinlerinin içeriklerinde medya okuryazarlığı farklı formatlarda görme imkânı sağlasa da medya okuryazarlığı eğitimi ile sosyal bilgiler dersi arasında çok yakından bağlantının olduğu görülebilmektedir. Sosyal bilgiler dersi her zaman öğrenciye güncel olmayı, öğrencileri güncel konular hakkında harekete geçirme fırsatı sunabilir. Bu durum doğrudan medyadan yararlanmayı işaret etmektedir. Öğrencilere medyada yer alan tarihsel ve siyasi konular için mesajların nasıl oluşturulduğuna ve iletildiğini ilişkin inceleme fırsatları sunabilecek farklı ortamlarda sunulmaktadır (Dolanbay, 2019; Lennon vd., 2014).

Medya okuryazarlığı eğitiminin öneminin anlaşılması ve bir gereksiniminin ortaya çıkması dünyada ve ülkemizde eğitim programlarında formal olarak verilmesini zorunlu kılmıştır. Nitekim ülkemizde de 30 Haziran -1 Temmuz 2012 tarihlerinde Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) gerçekleştirilen Medya Okuryazarlığı Çalıştayı'nın sonuç bildirgesinde de yer aldığını görülmüştür. Çalıştayın sonuç bildirgesinin ilk maddesinde medya okuryazarlığının okul öncesinden itibaren bütün eğitim kademelerinde ilgili derslerin öğretim programlarıyla ilişkilendirilmesi vurgulanmıştır. Medya okuryazarlığı becerisinin seçmeli bir ders olarak sınırlı sayıdaki öğrenciye öğretmek yerine okul öncesinden itibaren farklı derslerin ilgili boyutları ile öğretilmesinin daha çok etkili olabileceği ifade edilmiştir (Altun, 2021). Medya okuryazarlığı becerisi okul öncesinden başlayarak Hayat Bilgisi, Türkçe, Fen Bilimleri, Din Eğitimi, Matematik, Dil ve Edebiyat, Tarih, Coğrafya, , Müzik, Beden Eğitimi, Görsel Sanatlar, Sosyal Bilgiler gibi farklı derslerin kapsamında da verilebilir (Altun, 2021; Çelik, 2021). Alan yazında hangi derslere yönelik ve nasıl ilişkilendirileceğine

yönelik örnekler aşağıdaki şekilde ifade edilmiştir:

Hayat Bilgisi: Altun ve Çakmak'ın (2013) yaptığı çalışmada bu dersin içeriği çerçevesinde öğrencilerin sağlık eğitimi ile ilgili özellikle de sağlık bilinci, sağlıklı beslenme gibi konuların öne çıkması gerektiği vurgulanmıştır. Bu konularda medya okuryazarlığı eğitiminin etkili olabileceği ifade edilmiştir. Bunun yanında medyada şiddet, kötü alışkanlıklar, medyanın obeziteye yol açan ve okul başarısını olumsuz etkileyen yönleri azaltmak için medya okuryazarlığı eğitiminden yararlanılabilir. Bunun dışında bilgi kaynağı olarak medya, teknoloji olarak medya, bilinçli bir tüketici olarak medyanın kullanılması hayat bilgisi dersi ile medya okuryazarlığı olarak verileceği ifade edilmiştir (Altun, 2021).

Türkçe Dersinde: Medyanın kullandığı dil söylemler, dilin doğru ve yanlış kullanımı, dilimizdeki yabancı sözcükler, sloganlar, medya metin analizleri öğrenme etkinlikleri ile incelenebilir. Temel yazma becerileri, yazılı olarak kendini ifade etme, yazım kuralları, paylaşılan şiirler medya okuryazarlığı bağlamında ele alınabileceği vurgulanmıştır (Altun, 2021).

Fen Bilimleri: Fen bilimleri derslerinde medyada yer alan bilimle ilgili belgeseller desteklenebilir. Bilim insanlarının medyada yer alan fotoğraflarda genelde beyaz önlüklü, sakallı, yaşlı ve erkek olması şeklinde gösterilmesi incelenebilir (Çelik, 2021). Küresel ısınma, iklim değişikliğine yönelik haberler sunularak öğrencilerin eleştirel düşünme ve bilimsel düşünme becerilerini geliştirmek için fırsatlar sunulabilir. Bilimsel gerçeklerin medyada kurgu olarak sunulan haberlerin güvenilirliği, kanıt kullanma, gerçek ve görüş ayrımı, yorum ve önyargı gibi unsurlar karşılaştırılabilir (Altun, 2021).

Müzik Dersinde: Öğrencilere dizilerde, filmlerde, reklamlarda kullanılan ses efektlerinin izleyicide oluşturmak istediği duygu ve etkilerinin tartışılabilir. Kullanılan müziklerin görsel içeriğe uygun olup olmadığının sorgulanması yapılabilir. Dramatik filmlerde ya da mutluluk içeren bir reklamda, korku filmlerinin arka planında kullanılan müzikler incelenebilir (Çelik, 2021).

Matematik Dersinde: Bilgi amaçlı verilen istatistikler, televizyon reytingleri, borsa verileri, yıllık yoklamalar, anketler, günlük hava durumu, meteoroloji değerleri, market reklam indirimleri gibi matematik öğretmenleri için yararlanılabilecek fırsatlar sunulabilir (Altun, 2021).

Coğrafya Dersinde: Medyada yer alan bazı coğrafi bölgelerde yaşayan milletlere yönelik ayrılmış temsiller incelenebilir. Medyada yer alan kırsal ve şehir

yaşamına dair yer alan stereotiplerin incelenerek kültürel, ekonomik ve coğrafi karşılaştırmalar yapılabilir. Coğrafi filmler incelenerek içerisindeki mesajların hangi değerlere yönelik olduğu incelenebilir (Çelik, 2021).

Tarih Dersinde: Tarihi televizyon dizisi, sinema filmi, nostaljik reklamlar gibi popüler medya araçları ile geçmişe yönelik oluşturulan medya temsilcilerinin gerçeklerle tutarlılığı değerlendirilebilir. Sözlü şekilde aktarılmış tarihi belgelere müzik ve görseller yerleştirilerek örnekler oluşturulabilir (Çelik, 2021).

Din Dersinde: Burada medya okuryazarlığında temel amaç değerler eğitimi ile açıklanabilir. Medyanın nasıl kültürel birikimin önemli bir parçası olduğunun farkına vararak medyada yer verilen değerlere yönelik incelemeler yapılabilir. Öğrencilere bir dine yönelik çekilen bir filmin değerler ışığında incelemesi yapılabilir (Altun, 2021).

Görsel Sanatlar Dersi: Gazete, dergi, kitap, televizyon ve internet gibi medyalarda yer alan yazılı, görsel öğelerin uygunluğu incelenebilir. Işık, gölge, derinlik denge gibi kavramların medya iletilerinde nasıl kullanıldığı iletiye katkıları incelenebilir. Film dizi gibi medya içeriklerinde kullanılan sıcak renklerin kullanımı analiz edilerek değerlendirilebilir. Öğrencilere reklamlarda ve filmlerde kullanılan yapıtlarda kamera açısının aldatıcı etkisi fark ettirilebilir (Çelik, 2021).

Beden Eğitimi Dersi: Spor haberlerinde daha çok büyük takımların haberlerinin yapılması, kazanılan maçlarda sadece büyük takımların başarılarında sevinildiği izleniminin oluşturulması incelenebilir. Spor haberlerinde bazı sporların daha ön planda tutulması incelenebilir. Örneğin futbolun diğer sporlara göre medyada daha fazla yer alması tartışılabilir. Sportif karşılaşmalar için yapılan reklamların çıkar için nasıl kullanılarak kazanç elde ettikleri incelenebilir (Çelik, 2021).

Sosyal Bilgiler Dersi: Medya bilgisinin doğruluğu, güncellik, küresel sorunlar, medyanın doğru kullanımı, etkileri, üretimi, önemi toplum üzerindeki etkileri gibi konular öne çıkmaktadır. Bununla birlikte medyada rol ve sorumluluk, medyanın bilinçli kullanımı, medya ve teknoloji, bilinçli tüketici, medyadaki veri ve yorumlar, yasallık kültürü gibi birçok konunun olması medya okuryazarlığı eğitimi becerisinin sosyal bilgiler dersinde verilmesi gerektiği uygun görülmüştür. Nitekim 2018 yılında yenilenen sosyal bilgiler programında verilmesi gereken bir beceri olarak yerini almıştır (MEB, 2018). Yapılan çalışmalar sosyal bilgiler dersinde medya okuryazarlığı eğitiminin zorunlu olduğunu göstermiştir.

2.2.4. Sosyal bilgiler ve medya okuryazarlığı eğitimi

Çocuklar evde, dışarda, arabada, okulda her an pratik bir biçimde kitle iletişim araçlarına ulaşabilme imkânı bulmakta ve her an medyaya ulaşım imkânı sağlamaktadırlar. Bu durum bireyler için bilinçli bir medya okuryazarlığı becerisine olan ihtiyacın artmasına ve medya okuryazarlığı eğitiminin öneminin daha da anlaşılmasına neden olmuştur. Vatandaşlarına demokrasi kavramlarını öğretmek isteyen katılımcı vatandaşlığı benimseyen toplumlar, eğitimlerinde medya (radyo, televizyon, bilgisayar) okuryazarlığına ve bilgi okuryazarlığına olan ilginin artmasını da sağlamıştır. (Carlsson vd., 2008). Demokratik ve medya eksenli bir toplum kurmak için ihtiyaç duyulan eğitim anlayışına bu süreçte daha çok önem verilmiştir. Kaçınılmaz olarak, medya okuryazarlığı eğitimi mevcut müfredatla etkili biçimde bütünleşmiş bir medya eğitim programının ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Bu gelişmeler hem sosyal bilgilerin hem de medya okuryazarlığının arasındaki yakın bağlantı ile açıklanabileceğini ortaya koymuştur (Görmez, 2014).

Sosyal bilgiler dersinin tarihi gelişimine bakıldığında gazete, radyo, televizyon ve internet gibi medya araçlarının dersin öğretiminde yardımcı kaynaklar olarak kullanıldıkları görülmektedir (Dolanbay, 2018, s. 53). Bu anlamda her iki dersin de içerik açısından bağlantılı olduğu bilinmektedir (Demirkaya, Gedik ve Altun, 2015). Medya okuryazarlığı ve sosyal bilgiler dersinin ilişkili olduğu uluslararası raporlara da yansıdığı görülmektedir. Amerika Ulusal Sosyal Bilgiler Konseyi (NCSS; National Council of the Social Studies) tarafından 2007 yılında medya okuryazarlığı ve sosyal bilgiler ilişkisi şu şekilde ele alındığı görülmektedir (Altun, 2010, s. 82):

“21. yüzyılda, bütün disiplin alanlarındaki eğitimciler tutarsız mesajlar içeren bir kültürde öğrencilerimize düşünceli, sorumlu ve her şeyden haberdar yurttaşlar olmayı öğretmek için meydan okumaktadırlar. Teknolojinin gücü arttıkça ve medya araçları toplumda baskın masalcılar haline geldikçe, öğrenciler için popüler kültür metinlerini eleştirel olarak çözümlene becerilerini öğrenmek daha da önemli hale gelmektedir. Televizyon ve medya, dünyanın farklı yerlerindeki insanlar ve yerlerle ilgili bilgi sahibi olmamız için bizlere bir yol gösterirken, sınırlı bir bakış açısı sunarlar. Aslında sık sık kesin gibi görünen yollarla hikâyelerini planlamaktadırlar. Bu sebeple, sosyal bilgiler disiplinin temel bir parçasını medya okuryazarlığı oluşturmaktadır.”

Sosyal bilgiler dersi öğrencilerin toplumun bir üyesi olarak sahip olması gereken temel bilgi, beceri ve olumlu tutumlar kazanmalarına, demokratik hak ve sorumluluklarının farkında olan bireylerin yetişmesine yardımcı olmaktadır. Öğrencilere

programda somut içerikler ile ve sosyal bilgilerin metodolojisini kullanarak, bireylerin gelecekteki yönelimlerini karşılamak için çeşitli ilgi alanlarına ve yeteneklerini geliştirmeye yönelik öğrenmeler sunmaya çalışır (Learning, 2000, s. 1). Öğrencilerin eleştirel düşünmesini, yaratıcılığını ve yaşam için ihtiyaç duyduğu becerileri geliştirmeye yönelik yöntemleri geliştirmeyi hedefler. Geliştirdiği yöntemlerin öğrencilerde zorlu bir analizi başlatmaya ihtiyacı vardır. Ancak bu yöntemler öğrencinin kendisini sorgulama yolu ile öğretilir. Sağlam bir sosyal bilgiler dersinin gücü değişen toplumla yüzleşmek zorunda kalarak, ideal öğrenme yeteneğini kazandırmaya çalışmakla gerçekleşir. Bunu da çeşitli beceriler ve stratejiler ile gerçekleştirmeye çalışmaktadır (Faron, 2004).

Küresel bir dünyada bilgi toplumunda öğrencilere sadece harf ve rakamlarla okuma yazma öğretmek artık yetersiz gelmektedir. Yaşadığımız çağda insanlara klasik öğrenme olan okullarda, kitaplarda edindiği bilgilerin çoğunun az geldiği görülmektedir. Multimedya çağında öğrenme bilgiyi tipik baskı kaynaklarından ziyade yüksek düzeyde yapılandırılmış görsel görüntülerden, karmaşık seslerden, düzenlemelerden ve çoklu medya formatlarından edinmeyi getirmiştir. Aynı zamanda bu çağda bilgisayar (internet) medyası ile ortaya çıkan enformasyonun kamu pedagojisinde fikirlerin oluşmasında, değerlerin örgütlenmesinde, şekillendirmesinde ve yaygınlaştırmasında etkili bir rol oynadığı görülmektedir (Lüke, 1997; Giroux, 2011). Bu durumda sosyal bilgiler dersi de bireylerin medya okuryazarlığı becerisini geliştirerek yeni bilgi araçlarına ulaşımı verimle hale getirmeye çalışacaktır.

Günlük yaşamımızda hayatın daha karmaşık hale gelmesi ile birlikte bireyler her geçen gün daha çok bilgiye ihtiyaç duymaktadırlar. Bireyler bu ihtiyacı ise medya üzerinden gidermeye çalışmaktadırlar. Bu durum günümüz vatandaşlarının temel becerisi haline gelen medya okuryazarlığı becerisini bireylerde kazandırmayı zorunlu kılmıştır (Ardıç ve Altun, 2019). Teknolojideki, medyadaki ve toplumdaki bu değişiklikler, öğrencilerde ve vatandaşlarda medya mesajlarını ve mesajları yeterince okumalarını sağlamak için geliştirilmesi gereken becerileri ortaya çıkarmıştır. Bu durum medya okuryazarlığı becerisinin geliştirmesi gerekliliğini ortaya koymuştur. Demokratik bir toplum bireylerine eğitim yoluyla aktif, katılımcı ve bilinçli bir medya tüketicisi ve üreticisi olarak gerekli beceriyi kazandırmaya çalışır ve medya okuryazarlığı eğitimi adı altında ortaya çıkar (Kellner ve Share, 2007). Bu bağlamda sosyal bilgiler dersi öğrencileri etkin bir vatandaş yetiştirmeyi amaçlarken bireylerin çağın teknolojisini kullanmayı, çeşitli bilgi kaynaklarında paylaşılan bilginin güvenilirliğini yargılamayı ve

elde ettiği bilgide yer alan ön yargıları değerlendirmek için öğrenciye rehberlik etmeyi ve yargılamayı öğretir (Manfa ve Holmes, 2020). Dolayısıyla sosyal bilgiler dersi öğrencilere medya okuryazarlığı becerisi ile ortak amaçlarının olduğunu ortaya koymakta ve derste geliştirilebilecek bir beceri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Medya okuryazarlığı becerisi aslında bilgiyi ve iletişim teknolojilerini etkin ve güvenli bir Şekilde kullanma becerisidir. Bu beceri kategorilere ayırdığımızda genellikle işgücü, piyasa, eğitim, ev, eğlence, iletişim vb. ortamlarda farklı sektörlerde düşük seviyelerde (yazma, modem alma, elektronik program alıştırma) kullanılan bir beceri iken aynı zamanda yüksek seviyede etkin katılımı sağlayan bir beceridir. Yüksek seviyedeki beceri çevrim içi demokratik tartışmalara katılmak, siyasi tartışmalar yürütmek, yönetimi eleştirmek ve eleştiri kültürüne katkıda bulunmak olarak da ifade edilmektedir (Livingstone, 2004). Sosyal bilgiler programının özel amaçlarına baktığımızda doğru ve güvenilir bilgiye ulaşma yollarını bilen bireyler olarak eleştirel düşünme becerisine sahip olmalarını, vatandaşların katılımın önemine inanmalarını, kişisel ve toplumsal sorunların çözümü için görüşler belirten, ülkesini ve dünyayı ilgilendiren konulara duyarlılık gösteren vatandaşlar yetiştirmeyi amaçlamaktadır. Bu amaçların gerçekleştirilebilmesi için temel beceri olarak medya okuryazarlığı becerisi ile geliştirilebileceği söylenilebilir. Bireyler sosyal bilgiler dersinin becerileri olan araştırma yapma, dijital okuryazarlık, eleştirel düşünme, girişimcilik, iletişim, iş birliği kalıp yargı ve önyargıyı fark etme, kanıt kullanma, karar verme, öz denetim, politik okuryazarlık, problem çözme, sosyal katılım, Türkçeyi doğru, güzel ve etkili kullanma becerisi kullandığında aslında medya okuryazarlığının alt becerileri de geliştirmiş olacaktırlar (MEB, 2018).

Eğitim programlarına baktığımızda medya okuryazarlığının pratiği çok rahatlıkla sosyal bilgiler dersine entegre edilebileceği görülebilir. Bu sayede öğrencileri eleştirel düşünme ve sorgulamaya teşviki sağlanmış olacaktır. Sosyal bilgiler dersi medyanın içinde bulunduğu sosyo-kültürel bağlamları da dikkate alınması gerektiğini ortaya koyarak öğrencileri düşünmeye yönlendirebilir. Yani medyada kullanılan dili, medyanın hedef kitlesi olarak kimi belirlediğini, medyanın mesajı göndermedeki amacının ne olduğunu derste öğretmenler rehberliğinde öğrencilere temel medya okuryazarlığı becerisi için gerekli beceriyi kazandırmaya çalışmaktadır (Manfa ve Holmes 2020). Sosyal bilgiler dersinin öğretim programına baktığımızda temel amaçlarından biri olan güncelliği takip etmek olduğu görülmektedir. Bu amacı gerçekleştirirken aynı zamanda doğrudan medya okuryazarlığı ile ilişkili amaçları da

gerçekleştirmiş olduğu görülmektedir. Öğrencinin gündemi takip ederek küresel ve toplumsal sorunlara duyarlı olarak ve eleştirel bir yaklaşımla, demokratik tutum sergileyerek aktif katılım sağlama gibi yönlerin kesişimin de yer alan sosyal bilgiler ve medya okuryazarlığının etkin vatandaş yetiştirme amacını daha anlamlı hale getirmektedir (Ardıç ve Altun, 2019).

Sosyal bilgiler dersinin amacı doğru ve güvenilir bilgiye ulaşma yollarını bilen bireyler olarak eleştirel düşünme becerisine sahip olmaları gerektiğini vurgulanmıştır (MEB, 2018). Demokratik bir toplum için sosyal bilgiler dersinde öğrencilere medya okuryazarlığı becerisi kazandırmaya çalışılarak topluma eleştirel bakış açısı kazandırılmayı hedefler. Bireylerin daha bilinçli bir şekilde medya tüketicileri ve üreticileri olmasına yardımcı olmaya çalışır. Öğrencilerin ulaştığı ilk bilgiye göre hareket etmeyip bilgiye eleştirel olarak bakıp bilgiyi analiz eden değerlendirme yapmasını sağlayan düşünme becerisini kazandırmaya çalışır. Bu amacın aynı zamanda sosyal bilgiler dersindeki araştırma yapma, karar verme becerisini de kullanarak sahip oldukları medya okuryazarlığı becerisi ile medya mesajlarının etkilerinden daha bağımsız, güvenilir bilgiler ile kendi kararlarını vererek topluma katılmasını sağlar (Altun, 2018, Çelik, 2021).

Bu durum 21. yüzyıl demokrasilerinde vatandaşlar için kritik öneme sahiptir. Demokrasiye değer veren toplumların taleplerinin karşılanmasında sansür kabul edilemez bir gerçekliktir. Demokratik toplumlar için en iyi seçeneğin Marshall McLuhan'ın 1962'de ön gördüğü ve ortaya koyduğu küresel köyde vatandaşların medya kullanımında başarılı olmalarını sağlamaya yönelik çalışmaların olması gerektiği ifade edilmektedir. Vatandaşlar artık kolayca içeriklere erişilebildiği ve sanal olarak sınırsız bir küresel köyde yaşamaktadırlar. Bu durum tüm vatandaşları verimli bilgi yöneticileri olmalarını, akıllı tüketiciler ve sorumlu yapımcılar haline getirmiştir. Günümüzün vatandaşları medya güdümlü bir dünyada internet üzerinden (özellikle sonsuz miktarda bilginin patladığı internetten) sosyal medyada aktif ve etkili katılımcılar olarak yer almaktadırlar. Bu durum sosyal bilgiler dersinin yetiştirmesini amaçladığı bilinçli, sosyal katılım sağlayan vatandaşları olarak medya okuryazarlığının süreç becerilerine ihtiyaç olduğunu ortaya koymaktadır (Jolls ve Johnson, 2018).

Sosyal bilgiler dersinin amaçlarına bakmaya devam ettiğimizde “ Öğrencilerin farklı dönem ve mekânlara ait tarihsel kanıtları sorgulayarak insanlar, nesnelere, olaylar ve olgular arasındaki benzerlik ve farklılıkları belirlemeleri, değişim ve sürekliliği algılamaları” (MEB, 2018) şeklinde ifadelerin yer aldığı görülmektedir. Bu amaç

doğrultusunda sosyal bilgiler dersinde öğrencilerin medya okuryazarlığı becerisinden yararlanılabilir ve geliştirilebilir. Bu becerinin geliştirilmesi öğrencilerin farklı dönemlere ait filmler ile o dönemlerdeki kıyafetleri, barınma alanlarını, yaşam tarzlarının karşılaştırmasını sağlayarak analiz yapma becerisini kazandırılabilir (Çelik, 2021). Hobbs'a (2010) göre bilgi açısından zengin bir toplum için kapsamlı ve sistematik medya okuryazarlığı eğitimine ihtiyaç vardır. Kapsamlı bir medya okuryazarlığı eğitiminin aslında bireylerin medyamıza tam katılım için gerekli olan bir yaşam becerisi şeklinde ifade etmiştir. Sosyal bilgilerin amaçları arasında yer alan maddeye baktığımızda da bireylerin *“katılımın önemine inanmaları, kişisel ve toplumsal sorunların çözümü için görüşler belirtmeleri”* (MEB, 2021) şeklinde ifadenin yer aldığı görülmektedir. Yine sosyal bilgiler dersinin bir diğer amacına baktığımızda *“Ülkesini ve dünyayı ilgilendiren konulara duyarlılık göstermeleri”* şeklinde ifadenin yer aldığı görülmektedir (MEB, 2021). Bu amaçlar doğrultusunda sosyal bilgiler dersinde öğretmenlerin rehberliğinde, güncel olaylarla ilgili çevre soruları, mahalli çevre sorunları, kirlilik, enerji tasarrufu gibi konular farklı bakış açıları incelenebilir. Bununla ilgili öğrenciler sosyal sorunlara medya içeriği üreterek fikir ve düşüncelerini sosyal medyalarında paylaşım yapmaları sağlanabilir (Altun, 2018; Çelik, 2021; Hobbs, 2010). Sosyal bilgilerin özel amaçlarında *“özgür birer birey olarak fiziksel, duygusal özelliklerinin; ilgi, istek ve yeteneklerinin farkına varması amaçlanmaktadır”* şeklinde ifade yer almaktadır. Bu amaç doğrultusunda medyada kullanılan reklamların analizi yapılarak, bireylere ürün satışı yapmak için kullanılan tekniklerin farkına varması sağlanabilir. Öğrencilerin ihtiyacı olan ile kendisine sunulanın ayırımına varmasına yardımcı olunabilir (Çelik, 2021). Bununla birlikte öğrencilerin akıl yürütmelerini geliştirirken, öğrencilere sosyal bilgiler dersinde politik okuryazarlığı ve medya okuryazarlığı becerisini geliştirmeye yönelik güncel olaylardan yola çıkarak herhangi bir politik düşünce empoze edilmeden medyada yer alan politik önyargıların tespiti için öğrencilere rehberlik edilebilir (Kuş, 2019). Medya kullanıcıları olarak çevrimiçi siyasi, politik okuryazarlığı sağlanabilir. Demokratik toplumlar güvenilir bilgiye erişimin demokratik yaşamın önemli bir yönü olduğu konusunda hemfikirdirler. Bir toplumda müzakere ve demokrasi için katılımcılar konuyu önemsemediğinde ve katılım sağlandığında demokrasi daha iyi işleyip ve çalışır duruma gelebilir. Öğrenciler özellikle demokrasi konusunda medya üzerinden giderek daha fazla katılım sağlamaya çalıştığı görülmektedir. Sosyal bilgiler dersinde öğretmenler demokratik amaçlar için politik okuryazarlık için çevrim içi olarak medya okuryazarlığından yararlanabilirler. Örneğin öğretmenin rehberliğinde öğrenciler medya

okuryazarlığı becerisini geliştirmek için çevrimiçi olarak kendi aralarında bir konu hakkında tartışarak birden fazla bakış açısı kazanma olasılıkları daha yüksek olabilir. Öğrencilerin istenilen uygulamaları hayata geçirme fırsatı sunabilir (Manfa ve Holmes, 2020). Demokratik bir toplumun oluşması için eğitim teori ile pratiği birbirine bağlayan aktif öğrenme ile öğrencilere teorinin yansımaları eylemlerinde göstererek eleştirel bilincin oluşmasını kazandırabilir. Bu sebeple medya okuryazarlığı eğitimi ile sosyal bilgiler eğitimi ideal olarak hem eleştirel analizi hem de alternatif öğrenci medyasını üretmeyi içermelidir (Kellner ve Share, 2007). Dolayısıyla sosyal bilgiler dersi ve medya okuryazarlığı birbiriyle ilişkilidir. Sosyal bilgiler dersinin öğretiminde, öğretmenler aslında sınıflarında medya okuryazarlığı eğitimine olan bu ihtiyacın farkındadırlar. Ayrıca medya araçlarının öğretim aracı olarak derslere dahil edilmesinin değerli fırsatlar sunduğunun farkındadırlar. Bu farkındalık beraberinde sosyal bilgiler öğretmenlerinin derslerinde gazete, radyo, televizyon, internet, siteler gibi medya araçlarını düzenli olarak kullanımı şeklinde ortaya çıkmaktadır. Öğretmenler bu araçları kullanırken aynı zamanda öğrencilerin medya okuryazarlığı becerisini de geliştirmiş olurlar. Medya araçlarının kullanımı öğrencilerin inisiyatiflerine bırakıldığında medya okuryazarlığı becerisinde gelişme gerçekleşemez. Becerinin gelişmesi için sosyal bilgiler öğretmenleri, öğrencilere dünya görüşlerinin oluşmasında ve şekillenmesinde medyanın rolünün farkına varmasında yardımcı olabilir ve medya okuryazarlığı becerisini geliştirebilir (Dolanbay, 2019) .

Medya okuryazarlığı becerisi ilkokuldan başlayarak eğitimin tüm kademelerinde ve birçok ders kapsamında disiplinler arası şeklinde verilmesi gereken, her kademede geliştirilmesi gereken becerilerdendir. Yukarıda da açıklandığı gibi medya okuryazarlığı becerisi kazandırmak için bir takım ilkelere hâkim olmak gerekir. Ayrıca ilkelerin içeriğine yönelik bilgi ve becerilere hâkim olmak gerekir. Sosyal bilgiler dersi kapsamında etkili bir şekilde medya okuryazarlığı becerisinin kazandırılması için bu ilkelerin uygulanması önem arz etmektedir. Farklı kaynaklarda ele alınan bu ilkeler değişmekle beraber Altun, (2013) ve şahin (2021) bu ilkeleri: “1. Tüm medya yapıtları bir kurgudur. 2. Medya gerçeği yansıtmaz. 3. İzleyici/okuyucu kendi anlamını oluşturur. 4. Medya, ticari çağrışımı amacı olan bir olgudur. 5. Medya farklı ideoloji ve değerler içermektedir. 6. Medya sosyal ve politik içeriklidir. 7. Biçim ve içerik yakından ilişkilidir. 8. Her ortamın estetik bir amacı vardır.” şeklinde ifade etmişlerdir (Çelik, 2021). Medya okuryazarlığı becerisini geliştirme sürecinde öğretmenlerin bu ilkeleri uygulaması önem

arz etmektedir. Tablo 2.2’de medya okuryazarlığı ilkeleri, bu ilkelere yönelik sorulması gereken anahtar sorular ve çıkarımlara yönelik bilgiler sunulmuştur.

Tablo.2.2. Medya okuryazarlığı ilkeleri, anahtar sorular, çıkarımlar

İlke	Kullanıcının soracağı soru	Çıkarım
Tüm yapıtları kurgudur.	medya Bu mesajı kim oluşturdu? bir Mesajın bakış açısı nedir?	-Kurgulanmışlık: Bir gazete haberinin kurgulanması sürecinde habere ilişkin süreçte toplanan bilgi ve belgelerin hepsi kullanılmayabilir. Bize ulaştırılan sadece görmemiz ve duymamızı istedikleridir. Ayrıca haberi oluşturma sürecinde okuyucu ve izleyiciyi derinden etkileyecek ve ilgisini çekecek bölümler ve görseller alındıktan sonra diğerleri kullanılmayabilir. istedikleri paylaşımını yaptıklarının çıkarımı yaptırılabilir.
Medya mesajlarının kendine özgü kuralları vardır. Yaratıcı bir dille kurgulanmıştır (Biçim ve Teknikler)	Dikkatimi çekmek için yaratılan teknikler nelerdir?	Kendine özgü kurallar kullanılarak yaratıcı bir dille kurgulanmışlık: Kullanılan başlığın büyüklüğü haberin büyüklüğünü ifade etmesi. İletilen mesajda kullanılan müzikler, oluşturmak istedikleri duyguya yönlendirilmesi. Bir filmde kullanılan renkler, şekiller, kameraların görüş açısı, giysiler gerçeğe yakın göstermek için kullanılabilir. Örneğin öğrencilerin fotoğraf çektiklerinde kullandıkları açılar ve bu açılardan çekilen fotoğrafların müzikler yerleştirilerek paylaşımında bulunulması verilebilir.
Medyanın gizlenmiş değer ve görüşleri vardır.	Bu mesajda hangi yaşam stillerine, değerlere ve görüşlere yer verilmiş ve hangileri göz ardı edilmiştir?	Medyada gizlenmiş değer ve görüşleri vardır: Mesajı kurgulayan kişi veya kişiler ilettikleri mesaj içerisinde vermek istedikleri değer yargıları ile oluştururlar. Örneğin mesajdaki karakterlerin davranışları tasvir edilirken bazı düşünceler ve değerler ön plana çıkartılarak sunulur. İnsanlara nasıl davranılması gerektiği ile

Tablo 2.2. (Devam) *Medya okuryazarlığı ilkeleri, anahtar sorular, çıkarımlar*

Medyadaki mesajlar genel olarak ekonomik kazanç sağlamak amacı ile organize edilmişlerdir.	Bu mesaj neden gönderilmiştir?	İlgili mesaj verilir. Örneğin kısa bir reklamda kadının ve erkeğin rolüne evdeki rolüne ilişkin davranışlarına yönelik hüküm ve ifadeler yerleştirilir. Ekonomik kazanç: Medya mesajlarının yaratılması ve oluşturulması aslında birilerinin kontrolünde gerçekleştirilir. Mesajın kime gönderileceği ve kazanılacak ekonomik kazancın farkında olunarak oluşturulur. Örneğin televizyon programlarında gündüz programlarına temizlik reklamları yerleştirilirken, akşamları araba reklamlarının verilmesi gibi.
Medya mesajları politik ve sosyal içeriklidir.	Bu mesajın politik boyutu nedir?	Politik amaç: Medyadaki hedef kitesine ulusal ve uluslararası yönlendirilmek istenen duygu ve düşüncelerini sağlamak.
Medya ortamının estetik bir içeriği vardır.	Bu mesaj farklı bir ortamda üretilseydi aynı estetik özellikleri içerir miydi?	Estetik biçim: Televizyon, internet gibi alanlarda yer alan dizi, reklam ve programlarda kullanılan içeriklerde de uyum ve ahengin kullanılmasına dikkat edilir.

Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programına baktığımızda medya okuryazarlığı ile doğrudan ilişkili olan becerin olduğu görülmektedir. Bu beceriler; 4. Dijital okuryazarlık, 10. Harita okuryazarlığı, 12. İletişim, 14. Kalıp yargı ve önyargıyı fark etme ve 18. Medya okuryazarlığı şeklinde olan becerilerin olduğu görülmektedir. Diğer geriye kalan becerilerin hepsinin de dolaylı olarak medya okuryazarlığı ile ilgili olduğu görülmektedir (SBDÖP, 2018, s. 8). Sosyal bilgiler dersi öğretim programında yer alan öğrenme alanlarının da medya okuryazarlığı ile ilişkisi olduğu görülmektedir. Sosyal bilgiler dersi öğretim programına baktığımızda medya okuryazarlığı becerisinin tüm öğrenme alanlarında geliştirilebileceği görülmektedir. Öğrenme alanları “Birey ve Toplum, Kültür ve Miras, İnsanlar, Yerler ve Çevreler, Bilim, Teknoloji ve Toplum, Üretim, Dağıtım ve Tüketim, Etkin Vatandaşlık ve Küresel Bağlantılar (MEB, 2018)”. Şeklinde ifade edilmiştir. Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı’na ilişkin, medya okuryazarlığı becerisi ile ilişkisi olan sosyal bilgiler becerileri ile öğrenme alanları aşağıdaki Tablo 2.3’te sunulmuştur.

Tablo 2.3. *Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı 'nda (2018) öğrenme alanları ve medya okuryazarlığına ilişkin beceriler*

Öğrenme Alanı	Beceriler
Birey ve Toplum	Dijital okuryazarlık
Kültür ve Miras	Harita okuryazarlığı
İnsanlar, Yerler ve Çevreler	İletişim
Bilim, Teknoloji ve Toplum	Kalıp yargı ve önyargıları fark etme
Üretim, Dağıtım ve Tüketim	Medya okuryazarlığı
Etkin Vatandaşlık	
Küresel Bağlantılar	

2018 Sosyal Bilgiler Öğretim Programı kapsamında medya okuryazarlığı becerisi ile doğrudan ya da dolaylı olarak kazanımların yer aldığı görülmektedir (Altun, 2018; Çelik, 2021). Bu öğrenme alanı ve kazanımlar aşağıdaki Tablo 2.4'te gösterilmiştir.

Tablo 2.4. *Medya okuryazarlığı becerisine ilişkin kazanım ve öğrenme alanları*

Sınıf	Öğrenme Alanı	Kazanımlar
4.sınıf	Kültür ve Miras Bilim, Teknoloji ve Toplum, Üretim, Dağıtım ve Tüketim	Sözlü, yazılı, görsel kaynaklar ve nesnelere yararlanarak aile tarihi çalışması yapar. Millî Mücadele kahramanlarının hayatlarından hareketle Millî Mücadele'nin önemini kavrar. Teknolojik ürünleri kendisine, başkalarına ve doğaya zarar vermeden kullanır. Sorumluluk sahibi bir birey olarak bilinçli tüketici davranışları sergiler.
5.Sınıf	İnsanlar, Yerler ve Çevreler Bilim, Teknoloji ve Toplum Üretim, Dağıtım ve Tüketim	Haritalar üzerinde yaşadığı yer ve çevresinin yeryüzü şekillerini genel olarak açıklar. Teknoloji kullanımının sosyalleşme ve toplumsal ilişkiler üzerindeki etkisini tartışır. Sanal ortamda ulaştığı bilgilerin doğruluk ve güvenilirliğini sorgular. Sanal ortamı kullanırken güvenlik kurallarına uyar. Yaptığı çalışmalarda bilimsel etiğe uygun davranır. Dijital teknolojilerin üretim, dağıtım ve tüketim ağında meydana getirdiği değişimleri analiz eder.

Tablo 2.4. (Devam) Medya okuryazarlığı becerisine ilişkin kazanım ve öğrenme alanları

6. Sınıf	İnsanlar, Yerler ve Çevreler	Türkiye'nin temel fiziki coğrafya özelliklerinden yer şekillerini, iklim özelliklerini ve bitki örtüsünü ilgili haritalar üzerinde inceler.
	Bilim, Teknoloji ve Toplum,	Bilginin korunması, yaygınlaştırılması ve aktarılmasında değişim ve sürekliliği inceler.
	Etkin Vatandaşlık,	Yönetimin karar alma sürecini etkileyen unsurları analiz eder.
	Küresel Bağlantılar	Farklı ülkelere ait kültürel unsurlarla ülkemizin sahip olduğu kültürel unsurları karşılaştırır. Popüler kültürün, kültürümüz üzerindeki etkilerini sorgular.
7. Sınıf	Birey ve Toplum	İletişimi etkileyen tutum ve davranışları analiz ederek kendi tutum ve davranışlarını sorgular. Bireysel ve toplumsal ilişkilerde olumlu iletişim yollarını kullanır. Medyanın sosyal değişim ve etkileşimdeki rolünü tartışır. İletişim araçlarından yararlanırken haklarını kullanır ve sorumluluklarını yerine getirir
	Bilim, Teknoloji ve Toplum,	Bilginin korunması, yaygınlaştırılması ve aktarılmasında değişim ve sürekliliği inceler
	Üretim, Dağıtım ve Tüketim,	Dijital teknolojilerin üretim, dağıtım ve tüketim alanında meydana getirdiği değişimleri analiz eder.
	Küresel Bağlantılar	Çeşitli kültürlerle yönelik kalıp yargıları sorgular.

Tablo 2.4'te de görüldüğü gibi sosyal bilgiler dersi kapsamında doğrudan kazanımlar olsa da aslında sosyal bilgiler dersi kazanımlarının çoğu medya okuryazarlığı ile bağlantısı kurulabildiği görülmektedir.

2.3.İlgili Araştırmalar

Yapılan literatür incelemesinde teorik medya okuryazarlığı eğitimi ile ilgili birçok bilimsel araştırmanın olduğu görülmektedir. Fakat ülkemizde uygulamaya yönelik medya okuryazarlığı ile ilgili çalışmaların daha çok seçmeli olarak okutulan medya okuryazarlığı kapsamında yapıldığı görülmektedir. Sosyal bilgiler dersi eğitiminde medya okuryazarlığı becerisine yönelik çalışmaların ise oldukça az olduğu görülmektedir. Bu bağlamda Türkiye ve dünyada yapılan çalışmalar incelenmiş ve özetlenerek sunulmaya çalışılmıştır.

2.3.1.Yurt içinde yapılmış araştırmalar

Sosyal bilgiler ve medya okuryazarlığı eğitiminin ilişkilendirmesine yönelik yurt içinde yapılan çalışmalara baktığımızda Altun'un (2010) yapış olduğu çalışmanın

öncülük ettiği görülmektedir. Altun (2010) “Medya okuryazarlığının sosyal bilgiler programlarıyla ilişkilendirilmesi ve öğretimi” adlı bir doktora çalışması yapmıştır. Çalışmasında medya okuryazarlığı ile sosyal bilgiler dersinin ilişkilendirildiği bir program önermiştir. Çalışma bazı ülkelerde Sosyal Bilgiler derslerinde yaygın olarak öğretilen medya okuryazarlığı konularının neler olduğunu, bu konuların Türkiye'deki Sosyal Bilgiler programıyla nasıl ilişkilendirilebileceğini amaçlanarak oluşturulmuştur. Çalışmada ilköğretim 7. Sınıfta medya bilgisinin doğruluğu temasının/konusunun öğretiminde önerilen paket programı ile Sosyal Bilgiler programı veya seçmeli medya okuryazarlığı dersi programı arasında anlamlı bir fark olup olmadığını ortaya çıkarmaya çalışmıştır. Araştırmada nitel ve nicel araştırma yöntemlerinin birlikte kullanıldığı karma yöntemin (mixed method) kullanıldığı görülmüştür. Araştırmanın nitel boyutunda ABD, Avustralya, İngiltere ve Kanada gibi ülkelerdeki Sosyal Bilgiler ve eşdeğeri olarak görülebilecek derslerin öğretim programları ve medya okuryazarlığıyla ilgili kazanımlar incelenmiştir. Bu inceleme sonucunda Sosyal Bilgiler derslerinde yaygın olarak öğretilen medya okuryazarlığı konuları 8 tema altında ortaya konulmuştur. Altun (2010) medya okuryazarlığı ile ilgili kazanımların yoğunluk ve sınıf seviyesi sonuçlarını dikkate alınarak medya okuryazarlığını Sosyal Bilgiler programlarıyla ilişkilendirmeye yönelik her tema için nihai kazanımlar önermiştir. Medya okuryazarlığını Türkiye’de uygulanmakta olan 4, 5, 6 ve 7. sınıf Sosyal Bilgiler programlarıyla, ara disiplin olarak ilişkilendirmek için Sosyal Bilgiler programı söz konusu temalar doğrultusunda incelenmiştir. İncelemesi sonucunda programın kavram, beceri ve değer boyutları dikkate alarak ağırlıklı olarak kazanımlar üzerinde durmuştur. Analizleri sonucunda önerilen kazanımlardan hareketle ülkemizdeki Sosyal Bilgiler programlarıyla medya okuryazarlığını ilişkilendirmek için bir ara disiplin modeli önermiştir. Deneysel bir çalışma yapılmıştır. Araştırma öncesinde medya okuryazarlığı başarısına yönelik (Medya Okuryazarlığı Başarı Testi) ön test uygulanmıştır. Araştırmacı tarafından hazırlanan ve 6 kazanımı içeren Medya Bilgisinin Doğruluğu paket programı 6 hafta boyunca uygulanmıştır. Bulgular, deney gruplarının her ikisinin de kontrol gruplarına göre başarılı olduğunu, medya okuryazarlığı paket programının hem Sosyal Bilgiler hem de seçmeli medya okuryazarlığı programına göre medya okuryazarlığı başarısını daha olumlu etkilediğini ortaya koymuştur.

Yurt içinde yapılan çalışmalara baktığımızda farklı ülkeler ile bizim ülkemizde uygulanan medya okuryazarlığı eğitim programlarının karşılaştırması şeklinde olduğu görülmektedir. Yapılan bu çalışmalardan biri de Çakmak’ın (2010) yapmış olduğu

çalışmadır. Çakmak (2010) “İngiltere Ve Türkiye'deki İlköğretim Medya Okuryazarlığı Eğitimi Program Ve Uygulamalarının Karşılaştırmalı Olarak İncelenmesi” adlı çalışmasında İngiltere ve Türkiye'deki ilköğretim medya okuryazarlığı program ve uygulamalarını karşılaştırmalı olarak incelemeye çalışmıştır. Karşılaştırmalı durum çalışması modeline göre tasarlanan çalışma nitel aratılmada veriler üç farklı kaynaktan elde edilmiştir. Bu veri kaynaklarından birincisi İngiltere ve Türkiye medya okuryazarlığı öğretim programı, ikincisi ise İngiltere ve Türkiye'de ilköğretim okullarında medya okuryazarlığı derslerinde yapılan gözlem verileri olmuştur. Diğer veri kaynağı ise İngiltere ve Türkiye'deki medya okuryazarlığı alan uzmanları ile yapılan yarı yapılandırılmış görüşme kayıtları olmuştur. Yapılan analiz sonucu elde edilen sonuçlara göre; İngiltere'de medya okuryazarlığı eğitimi anadil eğitimi kapsamında verilmekte olduğu ortaya koymuş ve de bir dil süreci olarak ele alındığını ortaya çıkarmıştır. Türkiye'deki medya okuryazarlığı eğitiminde ise daha çok iletişim araçları bilgisi ve iletişim süreci öne çıktığı görülmüştür. Türkiye'de korumacı medya okuryazarlığı öğretim yaklaşımı, İngiltere'de ise medya üretme öğretme yaklaşımının benimsendiği ortaya koyulmuştur. İngiltere ve Türkiye belirlenen kazanımlar bakımından; dil, temsil, izleyici, tür, ideoloji ve medya üretimi öğrenme alanları bakımından benzerlikler gösterirken, yapım ve kültürel anlayış öğrenme alanları yönüyle farklılıklar olduğu gösterilmiştir. Çalışma İngiltere'de medya okuryazarlığı kazanımları medya üretme alanına yoğunlaştığını tespit etmiştir. Fakat medya üretme alanıyla ilgili Türkiye'de en az kazanım bulunan öğrenme alanı olarak tespit edilmiştir. Türkiye'de en fazla yer ayrılan medya aracı televizyon olduğu, İngiltere'de biçimlendirici ölçme değerlendirme yaklaşımı, Türkiye'de ders notu verilmemekle birlikte, tamamlayıcı ölçme değerlendirme yaklaşımları yaygın olduğunu ortaya çıkarmıştır. İçerik bilgisi İngiltere'de sınıf düzeylerine göre farklılaşmaktayken, Türkiye'de tüm sınıflar için aynı içerik söz konusu olduğu tespit edilmiştir. Türkiye'de medya okuryazarlığı derslerindeki medya çalışmaları medya okuryazarlığı öğretim teknik ve yaklaşımlarına değil, öğretmenlerin bireysel medya algı, görüş ve deneyimlerine dayandığı tespit edilmiştir.

Yurt içindeki medya okuryazarlığı eğitime yönelik çalışmalara baktığımızda öğrencilerin medya okuryazarlığının düzeylerini belirlemeyi yönelik çalışmaların yapıldığı görülmektedir. Bu amaçla Görmez (2014) “Ortaokul Öğrencilerinin Medya Okuryazarlığı Düzeyleri” adlı bir çalışma yapmıştır. Çalışmasında ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlığı düzeylerini tespit etmeye çalışmıştır. Bunun yanında bu çalışma aracılığıyla, öğrencilerin karşılaştıkları kitle iletişim araçlarını yorumlarken okulda almış

oldukları medya okuryazarlığı dersinin bu dersi almayan öğrencilere kıyasla bir etkisinin olup olmadığını ortaya koymaya çalışılmıştır. Araştırma kapsamında medya okuryazarlığı dersini alan 10 ve almayan 10 sekizinci sınıf öğrencisi ile araştırmacı tarafından hazırlanan yarı-yapılandırılmış görüşme formları kullanılarak görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Araştırmada, öğrencilerle yapılan görüşmeler sonucu elde edilen veriler, içerik analizi yöntemi kullanılarak çözümlenmiştir. Araştırma sonucunu genel olarak değerlendirilmiş: Medya okuryazarlığı dersini almış öğrencilerin bu dersi almamış öğrencilere göre; İletişim Nedir?, Kitle iletişimi, Medya, Televizyon, Gazete ve İnternet ünitelerinde yer alan kazanımları daha fazla içselleştirdikleri ancak İnternet ünitesiyle alakalı kazanımları içselleştirme bakımından iki öğrenci grubu arasında bir farkın olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Tan (2015) “Medya Okuryazarlığı Eğitimi: Öğrenci, Öğretmen, Aile Bağlamında Örnek Bir Araştırma” adlı doktora çalışmasında ilköğretim okullarında seçmeli ders olarak okutulan medya okuryazarlığı dersinin kapsamı, etkisi ve aktörleri bağlamında öğrenci, öğretmen ve aile üçgeni çerçevesinde incelemiş olduğu görülmektedir. Çalışmada dersin aktörleri medya kullanım alışkanlıklarının teknik ve eleştirel düşünme yeterliklerine nasıl yansıdığını ortaya koymaya çalışılmıştır. Medya okuryazarlığı çalışmalarının uygulama alanı olarak ilköğretimde, uygulayıcı (öğretmen), etkin alımlayıcı (öğrenci) ve okul-aile işbirliği kapsamında dersin bir ayağı olarak aile üzerindeki etkilerin ve olası eksikliklerin belirlenmesi amaçlamıştır. Çalışma nitel şeklinde, “Belge İnceleme” ve “Görüşme” teknikleri kullanılmıştır. Araştırma grubunu üç aşamadan oluşmuştur: ilk ayağını Antalya’nın beş merkez ilçesinden rastlantısal olarak seçilen beş ayrı ilköğretim okulunda medya okuryazarlığı dersi alan/almış öğrenciler olarak belirlemiştir. İkinci araştırma grubunu, araştırma grubu içinde yer alan öğrencilerin velilerinden, üçüncü grubu ise yine araştırma grubunda yer alan ve velileri ile görüşme yapılan öğrencinin medya okuryazarlığı dersi öğretmenlerinden oluşturarak yapılmıştır. Çalışma sonuçlarından elde edilen veriler medya okuryazarlığı dersinin; medya kullanıcısı bireylerin ilgi ve gereksinimleri doğrultusunda program geliştirme, öğretmen yetiştirme, veli işbirliğini sağlama, okulların teknolojik altyapısını oluşturma alanlarındaki eksiklikler nedeniyle medya kullanıcılarının teknik ve eleştirel yeterliklerinin geliştirilmesinde amacına uygun işlev göstermediğini ortaya koymuştur.

Yurt içindeki çalışmalara baktığımızda medya okuryazarlığı eğitimine yönelik karşılaştırma şeklinde yapılan araştırmalara bir örnek olarak da Ardıç’ın (2016) yapmış olduğu çalışmayı gösterebiliriz. Ardıç (2016) “Medya okuryazarlığı ile ilgili lisansüstü

çalışmaların karşılaştırmalı incelemesi: Türkiye, ABD ve Kanada örneği” adlı yüksek lisans tez çalışmasında Türkiye, ABD ve Kanada'daki lisansüstü medya okuryazarlığı çalışmalarını inceleyerek eğilimlerini ortaya koymaya çalışmıştır. Betimsel temelli çalışmada amaçlı örneklem yöntemlerinden "ölçüt örnekleme" kullanılmıştır. Çalışma ABD ve Kanada örneklerinin seçilme sebebini medya okuryazarlığı alanında öncü ülkelerden olmaları olarak açıklamıştır. Çalışmanın örneklemini, veri tabanlarından ulaşılan Amerika, Kanada ve Türkiye'de medya okuryazarlığı ile ilgili yapılan lisansüstü çalışmalar olarak belirlemiştir. Lisansüstü çalışmalarla ilgili genel inceleme (araştırma yaklaşımı, örneklem, eğitim kademesi, tez yılı) şeklinde yapılmıştır. Daha sonra eğitim bilimleri açısından ve medya okuryazarlığı eğitimi ile ilgili disiplin bazında incelenmiştir. Çalışma medya okuryazarlığı bağlamında, medya okuryazarlığı becerileri ve ilkeleri açısından incelenmiştir. İncelemeler sonucunda ülkelerin lisansüstü medya okuryazarlığı çalışmalarında önem verdikleri kapsam ve eğilim durumu ortaya çıkarılmıştır. İncelemeler sonucunda çıkan bulgular benzerlikleri ve farklılıkları açısından karşılaştırma yapılmıştır.

İçelli (2017) “ Medya Okuryazarlığı Öğretim Materyalinin, Medya Okuryazarlığı Becerilerine Katkısı” adlı bir çalışma yapmıştır. Yapmış olduğu çalışmasında 2007-2008 öğretim yılından itibaren seçmeli ders olarak İlköğretim kurumlarının ortaokul (6,7,8. sınıf) müfredatına eklenen medya Okuryazarlığı” dersinin materyalini incelemeye alınmıştır. Çalışmasında 2014-2015 öğretim yılından itibaren okutulmakta olan; “Medya Okuryazarlığı Öğretim Materyali” kitabının hedefe ulaştırmakta önemli rolü olduğunu ifade etmiştir. Çalışmasının amacı dersin en önemli aracı (kitabı) olarak gördüğü “Medya Okuryazarlığı Öğretim Materyalinin, medya okuryazarlığı becerilerine yaptığı katkısını ortaya çıkarmak olmuştur. Söz konusu materyalin içeriği medya okuryazarlığı kapsamındaki literatür taraması sonucunda “medya okuryazarlık becerileri” olarak saptanan dört adet medya okuryazarlığı becerisi/ teması (Medya araç ve ortamlarını kullanabilme ve doğru bilgiye ulaşma becerisi / Medya iletilerinin içeriğini doğru çözümleyebilme ve yorumlama becerisi/ Medya iletileri üretebilme becerisi/ Etik ve Toplumsal değerlerin farkındalığı ile medya ve araç ve ortamlarını kullanma) çerçevesinde “içerik analizi” yöntemiyle incelenmiştir. Çalışması sonucunda elde edilen verilerin genel olarak incelendiğinde, Medya Okuryazarlığı Materyali içeriğinin, belirlenen çerçevedeki medya okuryazarlık becerilerine (ve hatta ötesine) katkı sağladığı, böylelikle de materyalin: dersin temel amacı olan: “öğrencileri medya okuryazarı yapma” hedefine doğrudan katkı sağladığını ifade etmiştir.

Ortaokul öğrencilerinin farklı şekilde medya okuryazarlık düzeyini belirlemeye yönelik bir diğer çalışma Hopuroğlu ve Akaydın (2016) yapmış olduğu çalışmadır. “Ortaokul Öğrencilerinin Medya okuryazarlık düzeyleri” adlı çalışmada ortaokul öğrencileri içinden medya okuryazarlığı dersini almayan 6. sınıf öğrencileri ile medya okuryazarlığı dersini alan 8. sınıf öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeylerinin ortaya konması amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda ortaokul 6 ve 8. sınıf öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeyleri; ortalama puan, sınıf ve cinsiyete göre incelenmiştir. Araştırmanın sonuçları 6 ve 8. sınıf öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeylerinin iyi düzeyde olduğunu gösterilmiştir. Ayrıca ortaokul 6 ve 8. sınıf öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeyleri; sınıfa ve cinsiyete göre anlamlı bir farklılığının olmadığı ortaya konulmuştur.

Tunçaylar ve Gürsoylar (2017) “Sosyal Bilgiler Dersinde Öğrencilerin Gözüyle Medya: Sanat Temelli Bir Araştırma” adlı çalışmasında ülkemizde seçmeli ders olarak programda yerini alan medya okuryazarlığı dersi bilinçli medya kullanıcılarını yetiştirmeyi hedeflemeyi amaçlamakta olduğunu ifade etmiştir. Bu bağlamda çalışmasını bu dersin kapsamında eğitim almaya başlayana kadar çocuklar her türlü medya ögesine maruz kaldıklarını ve bu da her çocukta farklı bir etki yarattığını ifade etmiştir. Bu doğrultuda araştırmanın problemini “7. Sınıf öğrencilerinin gözüyle medya algısı nasıldır?” sorusu sorarak oluşturmuştur. Bu soruya cevap aramak için Sosyal Bilgiler dersinde nitel araştırma yöntemlerinden sanat temelli araştırma yaklaşımı kullanılmıştır. Ayrıca gösterge bilimsel analiz yapılarak öğrencilerin medya algısı belirlemeye çalışmıştır. Çalışmada öğrencilerin medya algıları ve medyanın hayatlarına olan etkilerinin yansımalarını görmek amacıyla kendilerinden medyanın zihinlerinde çağrıştırdığı imge/anlam üzerine bir resim çizmeleri istenmiştir. Resimsel anlatılarında kullandıkları göstergeleri daha iyi çözümlmek için de öğrencilerle klinik görüşme yapılmıştır. Öğrencilerin resimsel anlatılarından şiddet-kötü haber, mutsuzluk ve kaygı, bağımlılık, algı yönetimi, haberleşme aracı-bilgi kaynağı, iletişimsizlik-değer kaybı, duygusal duyarsızlaşma, olumsuz davranışa teşvik, saldırganlaşma olarak toplam sekiz tema elde edilmiştir. Bu temalar altında gösterge bilimsel analize tabi tutulan resimsel anlatılar öğrencilerin medya hakkındaki algılarını ortaya çıkarmıştır.

Yıldırım (2017) Türkçe ve Sosyal Bilgiler öğretmenlerine yönelik karma model kullanarak bir çalışma yapmıştır. “Türkçe Ve Sosyal Bilgiler Öğretmenlerinin Medya Okuryazarlığı Eğitimi İle İlgili Becerileri Ve Görüşleri” adlı yüksek lisans tez çalışmasında Türkçe ve Sosyal Bilgiler öğretmenlerinin medya okuryazarlığı eğitimi ile

ilgili becerilerini/yeterliklerini ve görüşlerini ortaya koymaya çalışmıştır. Araştırmada nitel ve nicel tekniklerin birlikte kullanıldığı “Karma Model” kullanmıştır. Araştırmanın örneklemini 2016-2017 eğitim-öğretim yılında Van ili merkez ilçelerinde görev yapan 222 Türkçe ve Sosyal Bilgiler öğretmeni olarak belirlemiştir. Araştırmada elde edilen sonuçlara göre 222 öğretmenin “Medya Okuryazarlığı Yeterliklerini” ölçen ölçekten elde edilen veriler hesaplamış, öğretmenlerin başarı puanlarını “Kısmen Yeterli” olduğu ortaya koymuştur. Değişkenlerden “Meslekteki Kıdem”, “Hizmet verilen yer”, “Medya okuryazarlığı Dersini Alma” değişkenleri ile medya okuryazarlığı eğitimi becerisi/yeterliği arasında istatistiksel olarak anlamlı farklar olduğunu bulunmuştur. Öğretmenlerin medya okuryazarlığı eğitimi ile ilgili görüşleri incelemiş; öğretmenlerin %98.6’sının medya eğitimini gerekli gördüğünü; medya okuryazarlığı dersini işlerken yaşadıkları problemlerin başında derste kullanılacak araç-gereçlerin yetersiz olması, idareci ve öğrencilerin medya eğitimine ilgisiz olması, dersin içeriğinin bilinmemesi şeklinde ifade etmiştir; medya okuryazarlığı dersinin yeterli araç-gereçlerin olduğu sınıflarda öğrenci merkezli etkinliklerle işlenmesi gerektiğini; eğitim verilen kurumun medya eğitimi araç-gereçleri bakımından yetersiz olduğunu; ders içeriklerinin güncel olduğunu ifade etmiştir.

Yurt içi çalışmalara baktığımızda medya okuryazarlığı eğitimi verecek olan sosyal bilgiler öğretmen adaylarına yönelik çalışmaların yapıldığı görülmektedir. Bu çalışmalara örnek olarak Dolanbay (2018) tarafından yapılan “Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarına Yönelik Medya Okuryazarlığı Eğitimi Modeli” adlı doktora çalışmasını gösterebiliriz. Dolanbay (2018) çalışmasında medya okuryazarlığı konusunda sosyal bilgiler öğretmen adaylarının sahip olması gereken becerilerin kazandırılması amacıyla bir “öğretmen eğitimi modeli” tasarlayarak, uygulanan bu model doğrultusunda öğretmen adaylarının medya okuryazarlığı becerilerini geliştirmeye çalışmıştır. Çalışmada nitel araştırma yöntemlerini kullanılmış ve çalışmasını eylem araştırması olarak modellemiştir. Çalışma Marmara Üniversitesinde eğitimine devam eden 20 sosyal bilgiler öğretmeni ile oluşturmuştur. Çalışmada elde edilen veriler içerik analizi tekniğiyle çözümlenmiştir. Çalışma sonucunda öğrencilerin araştırma sonrası Medya Okuryazarlığına (MOY) yönelik farkındalıklarında önemli bir değişikliğin meydana geldiği ortaya koymuştur. Çalışmada öğrencilerin bilgi boyutunda medya, medya okuryazarlığı kavramlarına ve iyi bir medya okuryazarı kişiye yönelik bilgi ve farkındalıklarının arttığı görülmüştür. Beceri boyutunda tüm becerilerde farklı oranlarda bir artış olmakla birlikte öğrencilerin MOY becerilerini kazandıkları tespit edilmiş, eğitim öncesi beceriye sahip olmadıkları için

zayıf olarak nitelendirilen öğrencilerin eğitim sonrası bilinçliye doğru başarılı bir gelişim gösterdikleri tespit edilmiştir. MOY eğitiminin öğrencilerin kişisel, akademik ve mesleki açıdan katkı sağladığı sonucuna ulaşılmıştır. Kendilerine bilinç, özgüven ve farkındalık gibi kişisel; MOY ile ilgili yoğun bilgi kazandırdığı ve uygulamaya olanak tanıdığı için akademik; gelecekte yürütecekleri MOY dersine yönelik bakış açısı, beceri ve yetkinlik kazandırması bakımından mesleki anlamda katkı sağladığı sonucu elde edilmiştir.

Öğretmen adaylarına yönelik yapılan bir diğer örnek çalışma Özel'in (2018) yapmış olduğu çalışma gösterilebilir. Özel (2018) "Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Medya Okuryazarlığı Algılarının İncelenmesi" adlı çalışmasında ülkemizde ortaokullarda seçmeli olarak okutulan medya okuryazarlığı dersi genellikle sosyal bilgiler öğretmenleri tarafından verildiği belirtilmiştir. Bu bağlamda Sosyal bilgiler öğretmenlerinin büyük çoğunluğunun medya okuryazarlığı dersi almadıkları göz önünde bulundurulduğunu, bu dersi verebilecek hazır bulunuşluk düzeyinde oldukları tartışmalı olduğu bildirilmiştir. Bu amaçla, medya okuryazarlığı dersini ileride verme potansiyeli olan Türkiye'nin çeşitli üniversitelerinde eğitim gören, sosyal bilgiler öğretmen adaylarının medya okuryazarlık algıları, geliştirilen "Medya Okuryazarlığı Algı Ölçeği" ile incelenmeye çalışmıştır. Araştırma sonucunda Sosyal bilgiler öğretmenliği öğrencilerinin medya okuryazarlığı algılarının hem ölçek hem de alt boyutlar bazında yüksek olduğu ifade etmiştir.

Coşan (2019) tarafından yapılan "Medya Okuryazarlığı Eğitimi Perspektifinde 11-13 Yaş Arası İlköğretim Öğrencileri Uygulamalı Saha Çalışması Türkiye Örneği" adlı yüksek lisans tez çalışması olduğu görülmektedir. Çalışma kapsamında; bir eğitim ihtiyacı olarak ortaya çıkmış olan Medya okuryazarlığı kavramını, tanımlamak, kitlelere açıklamak ve toplum içerisinde uygulamalı olarak farkındalığını oluşturmak istenmiştir. Çalışmada Türkiye'de 2004 yılında seçmeli ders olarak müfredata giren Medya Okuryazarlığı Eğitimi'nin ülkemizde nasıl geliştirilebileceği, özellikle uygulamalı yöntemler ile ortaokul çocukları üzerinde farkındalığın nasıl yaratılabileceği üzerine çalışılmıştır. Türkiye'de ilk kez uygulanan çalışmalara örnek gösterile bilinecek bu çalışma ile iki yıl boyunca özel bir okulda 6,7 ve 8. sınıf (11, 12, 13 yaş) öğrencilerine haftada iki saat olmak üzere Medya Okuryazarlığı eğitimi verilmiştir. Araştırma sonucundaki gözlemlere bakıldığında internet gazeteciliği eğitimi kapsamında; çocukların medyayı doğru okuma/anlama, medya iletilerine eleştirel gözle bakabilme ve aynı zamanda yeni medya iletilerini üretebilme becerilerinin uygulamalı bir eğitim gerçekleştirildiğinde daha iyi kavradığı saptanmıştır. Çalışmada yöntem olarak, gözlem, söylem/haber analizi ve literatür taraması kullanılmıştır.

Tanrikulu, (2019) “Medya Okuryazarlığı Ve Medya Okuryazarlığı Dersinin Öğrencilere Katkısı Üzerine Bir Araştırma” adlı çalışma yapıştır. Çalışmasında ortaokul 8. sınıf öğrencilerinin medya okuryazarlığı dersine ilişkin algılarının ne düzeyde olduğunu belirlemek amacıyla, alan araştırması yöntemi kullanılarak yapılmıştır. Araştırmanın evrenini Konya ilinde eğitim görmekte olan ilköğretim 8. sınıf öğrencileri oluşturmuştur. Örneklemini ise Konya’da seçilen 6 ilköğretim okulunda 2017- 2018 yılında eğitim-öğretim yılında eğitim görmekte olan medya okuryazarlığı dersini almış toplam 545 8. sınıf öğrencisi oluşturmuşturs. Araştırma nicel yöntem kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın sonucunda öğrencilerin medya mesajlarına karşı daha çok olumlu görüş sahibi oldukları, medya mesajlarının arkasındaki gerçekliği fark edebildikleri ve mesaj oluşturma konusunda beceri sahibi oldukları ancak televizyon izleme noktasında ödevlerini ihmal ettikleri, aile ve arkadaşlarına zaman ayırmak yerine televizyon izlemeyi tercih ettikleri sonucuna ulaşmışlardır.

Üztemur ve Avcı (2020) tarafından yapılan “Medya Okuryazarlığı Becerisinin Medya Okuryazarlık Öğretim Öz-Yeterliklerini Yordama Düzeyi” adlı bir çalışmanın olduğu görülmektedir. Çalışmasında sosyal bilgiler öğretmen adaylarının medya okuryazarlığı düzeyleri ile medya okuryazarlığı öğretim öz-yeterlikleri arasındaki ilişkileri belirlemeye çalışmıştır. Çalışmada çok boyutlu yordayıcı korelasyonel desen kullanılmıştır. Araştırmanın çalışma grubunu, 2019-2020 öğretim yılında Türkiye’nin kuzeyinde yer alan bir devlet üniversitesinde öğrenimine devam eden 197 sosyal bilgiler öğretmen adayı ile gerçekleştirilmiştir. Veri toplama aracı olarak “Medya Okuryazarlığı Becerileri Ölçeği” ve “Medya Okuryazarlığı Öğretmen Yeterlikleri Ölçeği” kullanılmıştır. Verilerin analizinde betimsel istatistikler, fark testleri, korelasyon ve çoklu regresyon analizinden yararlanmıştır. Araştırma sonucunda sosyal bilgiler öğretmen adaylarının medya okuryazarlığı becerileri ve medya okuryazarlığı öğretim öz-yeterliklerinin yüksek düzeyde olduğunu ortaya çıkarmıştır. Çalışma analizleri sonuçlarına göre öğretmen adaylarının medya okuryazarlığı düzeyi arttıkça medya okuryazarlığı öğretiminde kendilerini daha yeterli göreceklere söylenebildiğini ifade etmişlerdir.

2.3.3. Yurt dışında yapılan çalışmalar

Yurt dışındaki alan yazın incelendiğinde medya okuryazarlığı eğitimine yönelik birçok çalışmanın olduğu görülmektedir. Bu çalışmalar incelendiğinde medya okuryazarlığı eğitiminin gerekliliği yönünde çalışmaların yapıldığı görülmüştür.

Çalışmalar medya okuryazarlığı eğitiminin ilkokuldan başlayarak üniversiteye kadar ve sonrasında yaşam boyu geliştirilmesi gerektiğine yönelik çalışmaların olduğu tespit edilmiştir.

Schmidt (2012) medya okuryazarlığı eğitimine yönelik “Üniversite Düzeyinde Medya Okuryazarlığı Eğitimi” adlı bir çalışma yaptığı görülmektedir. Çalışmasında öğrencilerin lise ve üniversite düzeylerinde medya okuryazarlığı eğitiminin çeşitli temel unsurlarına ne ölçüde maruz kaldıklarını karşılaştırmak için bir anket kullanılmıştır. Sonuçlar, öğrencilerin derslerle ilgili daha fazla ders içeriğine maruz kaldıklarını göstermiştir. Derste medya kullanımı, analizi ve oluşturulmasında lisede içeriğin daha çok ders içeriği ile ilgili olduğu görülmüştür. Günümüzün üniversite öğrencilerine yeni medya okuryazarlığı yetkinlikleri geliştirmelerine yardımcı olmanın gerçek faydaları olduğunu tespit etmişlerdir. Dijital medya ve görsel kültür ile karakterize edilen bir dünyada medya okuryazarlığı önem kazandığını bildirmişlerdir. Bundan dolayı önemli olanın tüm toplum üyelerinin hem demokratik bir kültüre katılmak hem de modern işgücünde rekabet edebilmek için medya kullanımına, yaratma ve analiz ile ilgili yetkinlikleri geliştirmesi gerektiğini vurgulamışlardır. Bunun gerçekleşmesi, öncelikle medya okuryazarlığı eğitimi ile olunabileceğini ifade etmişlerdir. Fakat medya okuryazarlığı eğitimi sadece K-12 eğitimcilerinin alanı olarak değil tüm disiplinlerde üniversite düzeyinde eğitimcilerin olması gerektiğini vurgulamışlardır. Öğrenciler arasında medya kullanma, yaratma ve analiz yeterlilikler dizisinin geliştirilmesine yardımcı olacak yeni yollar düşünülmesi gerektiğini vurgulanmıştır. Eğer eğitim sistemleri – ilk, orta ve üniversite düzeylerindeki- müfredatında bireyleri modern yaşamın değişen ihtiyaçlarına uyum sağlamasına yönelik yetiştirmeyi devam ettireceklerse, yeni medyayı mevcut medyaya daha iyi uyarılmanın ve entegre etmenin yeni yollarını düşünmenin önemli olduğunu ifade etmişlerdir.

Medya okuryazarlığına yönelik yapılan bir diğer çalışmada Domingo ve Mashiko (2013) tarafından yapılan “Sınıfta Medya Okuryazarlığı Eğitimi (Mle): Japonca İçin Açıklayıcı Bir Vaka Çalışması, Öğretmenin Uygulamaları, Tutum Ve Algıları” adlı çalışmalarıdır. Domingo ve Mashiko (2013) çalışmasında medya okuryazarlığı eğitimi uygulamalarını, medyaya yönelik tutumları ortaya çıkarmayı amaçlamıştır. Japonya da bir öğretmenin uygulamış olduğu örnek bir çalışma ile okuryazarlık eğitimi ve öğrencilerin medya becerilerinin algılanması incelenmiştir. Araştırmada durum çalışması yaklaşımı kullanılmıştır. Araştırmanın yönteminde veri toplama aracı olarak açık uçlu görüşme, anket ve gözlem içermiştir. Dersler videoya kaydedilmiştir. Sonuçlar ise

öğretmenin Sanat, Japon Dili ve Bütünleşik Çalışma konularında medya okuryazarlığı öğretmek için müfredat odaklı bir yaklaşım kullandığını göstermiştir. Öğretmen sınıf uygulamasında aynı zamanda popüler kültürü, toplumda sorgulamaya dayalı bir kültür yaratmak için bir öğrenme kaynağı olarak kullanmıştır. Öğretmen üçüncü sınıftan itibaren öğrencilerde medya okuryazarlığı öğretiminin etkililiğinin sonuç göstereceğine öğrencilerin medya okuryazarlığı öğretmenin sonucu medya becerisini yapabileceklerine inanıyor ve güveniyordu. Bunu düşünmesine rağmen üçüncü ve dördüncü sınıftaki öğrenciler bilgisayar kullanma konusunda yetkin olduğunu ortaya koymuştur. Fakat yine de medya analizinde bir medyayı diğerinden farkını ayırt etme becerisi konusunda yetersiz olduğunu ortaya koymuşlardır.

Yurt dışında yapılan çalışmalara baktığımızda eleştirel medya okuryazarlığına yönelik birçok teorik çalışmaların yapıldığı görülmektedir. Eleştirel medya okuryazarlığına yönelik uygulamalı çalışmalara baktığımızda Moore (2015) tarafından yapılan çalışmayı örnek olarak gösterilebilir. Moore (2015), “Güncelliği Güncel Tutmak: Medya Okuryazarlığı: Eleştiri için Bir Araç olarak Medya Okuryazarlığı Eğitimi, Bir Devlet Lisesine Eleştiri için Güncel Olayları İncelemek” adlı çalışmasında sınıfta güncel olayların kullanımı öğrencilerin politik yeterliliğini olması gerektiğini vurgulamıştır. Güncel olayların eğitiminin anlamlı ve medya okuryazarlığı ile birleşmesi gerektiğini ancak bu uygulamaların anlamlı bir şekilde kullanılması gerektiği vurgulanmıştır. Medya okuryazarlığının aslında okuma, yazma, bilgisayar, bilgi okuryazarlığı ve diğer okuryazarlıkları kapsadığını ancak bunları aynı zamanda özellikle medya analizine uygulandığı vurgulanmıştır. Çalışmasında medya okuryazarlığının öğrencilerin güncel olayları eleştirel bir şekilde inceleme yetenekleri üzerindeki etkisini göstermeyi amaçlamıştır. Çalışma bir devlet lisesindeki sınıfta yürütülmüştür. Çalışmada öğrenciler dört derslik bir ünite de yer alan derse katılmışlardır. Kaynaklarda güncel olay medyasıyla ilgili olduğu için medya okuryazarlığının farklı yönlerine odaklanmak amaçlanmıştır. Çalışmanın verileri ön test ve son test, etkinlik ataması, ders etkinlikleri ve resmi olmayan konuşmalar ve gözlemler olarak belirlenmiştir. Üç derslik bir medya okuryazarlığı uygulanmasından sonra, eleştirel düşünme düzeyleri ve güncel olay makalelerinin analizi yapılmaya başlanmıştır. Analizde katılımcılar, ön değerlendirmeden son değerlendirmeye ortalama bir ilerleme kaydedildiği tespit edilmiştir. 21. yüzyılda medya okuryazarlığı ve güncel olay eğitimi birlikte yürütüldüğü ifade edilmiştir. Sekiz katılımcı, etkinlikle mevcut durumla ilgili eleştirel sorgulamalarında gelişme göstermiştir. Çalışma bugünün öğrencileri teknolojiyle dolu bir dünyada doğduğunu, güncel olayları

araştırmaları istendiğinde, önce internete yöneldiği vurgulanmıştır. Böylelikle çalışmanın öğrencilere nasıl kritik tüketiciler olunacağını öğretmek ve olumlu değişimi hayata geçirmek için çok önemli olduğunu vurgulanmıştır. Dünya medya okuryazarlığı öğretime odaklandığı için bu tür eğitimlerin dayanak noktası olduğu ifade etmiştir. Öğrencilerin medyaya nasıl erişeceklerini, analiz edeceklerini, değerlendireceklerini, yaratacaklarını ve medyaya nasıl katılabileceklerini bilmeleri gerektiği üzerinde durulmuştur. Bu beceriler için devlet okullarının müfredatında olması için değerlendirilmesini önermiştir.

Medya okuryazarlığı eğitimine yönelik yapılan çalışmalara bir diğer örnek ise Fas'ta Hatani (2019) tarafından yapılan "Ortaokulda Medya Okuryazarlığı Eğitimi: Öğretmenlerin Tutumları" adlı çalışması olduğu görölmektedir. Hatani (2019) çalışmasında medya ve teknolojik gelişmeler büyük ölçüde değiştiğini bu değişimin hayatlarımızın da değiştirdiğini ifade etmiştir. Bu değişim ortaya çıkan medya ortamının ışığında, okuryazarlığın genişletildiği ve medya okuryazarı öğrenenlerin hem üretici hem de tüketici olarak geliştirmesinin ihtiyacını güçlendiğini ifade etmiştir. 21. yüzyılda, medya okuryazarı olmak demek yeni müfredatın var olan müfredata entegrasyonunu gerektiğini vurgulanmıştır. Öğrencilerin eleştirel anlayışını geliştirmek ve yardımcı olmak için eğitim sisteminin içeriği çağdaş medya sistemine dâhil olan çeşitli kodları özümsemesi gerektiğini vurgulanmıştır. Bu bağlamda, Fas'ta ortaokul sisteminde medya okuryazarlığı eğitiminin durumunu araştırmayı amaçlanmıştır. Araştırma ortaokulda medya okuryazarlığı eğitiminin entegrasyonunu öğretmen tutumlarına odaklanarak incelenmiştir. Bu amaçla 190 öğretmenden oluşan bir örneklem ile anket araştırması yürütölmüştür. Anket tanımlayıcı ve çıkarım yaparak istatistikler kullanılarak verileri açıklayıcı bir şekilde analiz edilmiştir. Bulgulara dayalı olarak, Fas ortaokul müfredatında medya okuryazarlığı eğitiminin resmi bir bileşen olarak uygulanması önemli ölçüde organize bir şekilde, sistematik ve tutumsal faktör olarak etkilediğini görölmüştür. Fas eğitim sistemine medya okuryazarlığını dâhil etmenin ve geliştirmenin zorlukları ise şöyle sıralanmıştır; okul desteğinin yetersiz olması, mesleki gelişimin zayıflığı, modası geçmiş sınıf uygulamaların da dâhil olmak üzere birçok eksikliğin olduğu tespit edilmişti. Sonuç olarak, bu çalışmanın Fas eğitim kurumları için bir deneme olduğu, medya okuryazarlığının nicel değerlendirmesi için bir başlangıç noktası sağlamak eğitim ve alanın uygulanması için bir tartışma yapmak için bir deneme olduğu vurgulanmıştır.

Medya okuryazarlığı eğitiminin uygulamasına yönelik bir çalışmada McNelly ve Harvey (2021) tarafından yapılan çalışmadır. "Günümüz sınıflarında medya okuryazarlığı eğitimi: Öğretmenlerin bilgisi, güveni ve entegrasyonu üzerine bir çalışma" adlı

çalışmalarında Ortaöğretim öğretmenlerinin medya okuryazarlığı bilgilerini inceleyerek bu alana ilişkin medya okuryazarlığını sınıflara dahil etmenin güvenini incelemiştir. Medya okuryazarlığının fiili entegrasyonu kurslar ile öğretmenlere verilerek eğitime entegre etmenin gerekliliğine ilişkin bulgular elde etmiştir. 71 öğretmenle yapılan anketin sonuçlarına ilişkin bulgular bilgi, güven ve medya okuryazarlığı entegrasyonu arasındaki çalışma sonuçlarının etkileri tartışılmıştır. Araştırma sonucu açıkça göstermiştir ki öğretmenlerin medya okuryazarlığı bilgisi ve güveninin, medya okuryazarlığı uygulamalarını sınıflarında bütünleştirmeleri ile ilişkili olduğu görülmüştür. Araştırmada profesyonel medya okuryazarlığı konusunda öğretmenlerin gelişimi özellikle okulların yer aldığı bölgeler için eğitim fırsatları bir öncelik halinde olması gerektiği vurgulanmıştır. Bu alandaki araştırmaların az olmasına rağmen medya okuryazarlığı entegrasyonunun önündeki engellerden biri mesleki gelişim olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte medya okuryazarlığı eğitimi öğretmenlerin medya hakkında bilgi birikimlerinin artmasına yol açmıştır. Medya okuryazarlığının önemine ilişkin inancın arttığı tespit edilmiştir. Öğretmenler için ek olarak medya okuryazarlığına yönelik önerilen programlara katıldıkları belirtmişlerdir.

Lähdesmäki ve Maunula (2022) “Öğretmen Adaylarının Yeni Okuryazarlıkla İlgili Medya Eğitimine İlişkin Yetenekleri, Görüşleri” adlı çalışmasında vatandaşların dijital topluma sorunsuz katılımı için yüksek kaliteli medya eğitiminin ve medya okuryazarlığına teşvik edilmesi gerektiği vurgulanmıştır. Bunun içinde dijital medyanın içerdiğini şu şekilde vurgulanmıştır: Yeni okuryazarlık becerileri gerektiren güçlü iletişim ve etkileşim platformlarının gerekliliği. Çalışmanın amacı, öğretmen adaylarının yeni bilgileri nasıl tanımladıklarını keşfetmektir. Çalışma, yazarların görüş yazılarını içermiş ve öğretmen adaylarının medya okuryazarlığı ile ilgili bulunması gereken yeni okuryazarlıkları incelemiştir. Araştırma 2020 yılında Medya Eğitimi kursunda 37 Finlandiyalı öğretmen adayları ile gerçekleşmiştir. Kurs sırasında üretilen fikir yazıları ve medya eğitiminin bir parçası olarak okuryazarlıklar ve bu yeni okuryazarlıkların öğretmen adaylarının eğitime nasıl yansıdığı ve onların görüş yazılarından oluşmaktadır. Araştırma sonucunda yeni okuryazarlıkların ortaya çıktığı tespit edilmiştir. Sonuçlar bu durumun onların görüşlerine de yansıdığı tespit edilmiştir. Okul ve öğretim teknolojilerinin yönelimi, medyanın önemi sonucu medya okuryazarlığı eğitimde okullarda zorunlu bir öğretim görevi olarak ortaya çıkmıştır. Önemli bir bulgu da sosyal medyanın alt kültürünü, yeni bir okuryazarlık biçimi olarak değerlendirilmek. Medyadaki görüntülerin anlatı değeri, sanal oyun dünyaları ve kolay erişim akıllı telefonlar

aracılığıyla sosyal medya gibi yeni geniş anlayışlar tespit edildiği vurgulanmıştır. Öğrenci ve öğretmenler arasında okuryazarlığın ise dar olduğu ifade edilmiştir. Medya eğitimi algıları ve yeni okuryazarlıklar birbiriyle bağlantılı olduklarını ve bunların sosyal bir okuryazarlık olarak uygunluğuna ilişkin tartışmaların devam etmeleri gerektiği tespit edilmiştir.

Medya okuryazarlığı eğitiminin öğretmenler açısından yapılan çalışmaların olduğu görülmektedir. Bu çalışmalar örnek Nettlefold ve Williams (2021) tarafından yapılan “Avustralyalı Okul Öğrencileri İçin Yeni Medya Okuryazarlığının Zorlukları, Fırsatları Ve Platformlar Çağında Öğretmenler” adlı çalışmasıdır. Çalışmada öğretmenlerde yeni medya okuryazarlığı yetkinlikleri ve motivasyonu için medya eğitimi girişimleri kritik öneme sahip olduğu vurgulanmıştır. Yapılan çalışma 2018’de Corporation ve University of Tasmania'nın ulusal Medya Okuryazarlığı Projesinde Avustralya Yayıncılığının bir parçası olarak yürütülen 97 ortaokul öğretmenin verileri ile medya okuryazarlığının uygulanmasındaki zorlukları ortaya koymaya çalışılmıştır. Avustralyalıların yükselişle bağlantılı olarak bir nesiller farklılığını vurgulayan sınıflarda dijital kaynaklardan ve sosyal medya platformlarından haber tüketimi üzerine çalışma yapılmıştır. Çalışmada öğretmenlerin ezici bir çoğunlukla medya hakkında eleştirel düşünmenin çok önemli olduğunu ifade ettikleri tespit edilmiştir. Öğrenciler için ise bu öğretmenlerin yaklaşık dörtte biri sınıflarında haberlerle ilgilenmedikleri dile getirilmiştir. Verilerden elde edilen yanıtların yeni kaynaklar gerektirdiğini, öğretmen eğitiminin gözden geçirilmesi, müfredat desteğinin gerekliliği ve daha geniş topluluklarla işbirliği gerektiği tespit edilmiştir. Ayrıca alanda daha fazla araştırma yapılmasına ihtiyaç olduğu vurgulanmıştır.

DuPree, (2022) “Ortaöğretim Öğrencileri İçin Medya Okuryazarlığı ve Kaynak Bulma Becerileri” adlı bir çalışma yapmıştır. Çalışmasında her yaşta insan internette okudukları bilgileri yorumlamakta zorluk çektiğini vurgulamışlardır. Çağdaş medya ortamı, halkın benzeri görülmemiş miktarda bilgiye erişmesini sağladığını ve COVID-19 salgını sırasında sanal öğrenme, bu teknolojinin ve öğrencilerin bu tür araçları kullanmalarının daha iyi anlaşılmasını gerektirdiğini vurgulamıştır. Günümüz öğrencilerinin internette bir bilgi zenginliğine erişebildiği yaygın olarak bilindiğini vurgulamıştır. Ancak sanal olarak devam eden bir okul yılında şunların ortaya çıktığını vurgulanmıştır: (1) Bilgi; evde okul için internet araması yapan öğrencileri dersleri için arama yaparken genellikle buldukları ilk yanıtı seçeceklerdir. (2) Öğrenciler genellikle internette ve sosyal medyada okuduklarının doğru olduğuna inanırlar, bu da orta

öğretimde medya okuryazarlığı ve kaynak bulma becerilerinin öğretilmesi için bir ihtiyaç olduğunu düşündürmektedir. Çalışma orta öğretimden başlayarak sağlık ve beden eğitiminde de bu becerilerin öğretilmesinin gerekliliğini incelemiştir.

Yurt dışında yapılan çalışmalarda medyanın çocuklar üzerindeki etkilerini azaltmaya yönelik çalışmaların olduğu görülmektedir. Bu çalışmalara örnek olarak O'Rourke ve Miller (2022), tarafından yapılan "Medya okuryazarlığı eğitimi yoluyla çocukların sağlığını artırmak: İrlanda da bir çalışma" adlı çalışma gösterilebilir. Çalışmalarında çocukların sürekli olarak programlarda, şarkılarda ve çocukların yönlendirdiği sosyal medya dahil olmak üzere çeşitli içerikler ve kanallar aracılığıyla, ticari olarak finanse edilen mesajlara maruz kaldıklarını ifade etmişlerdir. Çocukların satın alma davranışına teşvik edildiğini vurgulamışlardır. Çocuklara yönelik reklamlar onların sağlığına zarar verdiği konusunda kesin bir anlaşma bulunmamakla birlikte, reklamların çocuklarda istenmeyen etkilerine ilişkin kalıcı bir endişe olduğunu vurgulamışlardır. Literatür önemli bir topluluğun şunu savunduklarını vurgulamışlardır: Medya okuryazarlığı eğitimi, çocukların pazarlama mesajları içeriklerini eleştirel olarak değerlendirmelerini sağlamak için önemlidir. Ancak, çocukların sağlığına yönelik ergenlik öncesi (8-12) yaşlarda uygulamaların etkinlik ve yeterlilikler açısından özellikle medya arasındaki ilişkiye odaklanan araştırma eksikliğinin olduğunu tespit etmiş ve çalışmalarını bu boşluğa cevap verdiklerini belirtmişlerdir. Çalışma deneysel bir tasarım şeklinde gerçekleşmiştir. Çalışma katılımcı olan medyanın okuryazarlığı eğitiminin okuma yazma eğitimi öğretim stratejileri refah puanları olumlu etkisini göstermiştir. Bu istatistiksel anlamlı olarak eğitimin rolü refah eğitimi için okulun çok önemli olduğu argümanına ağırlık vermek gerektiğini vurgulanmıştır. Tartışmalar bölümünde çocukların becerilerini daha da artırmak için medya okuryazarlığı ile bilişsel ve duygusal etkileşim oyunlaştırma stratejileri aracılığıyla eğitim içeriği için fırsatların mevcut olduğu vurgulanmıştır. Medya okuryazarlığı eğitimi materyali ev için de yaygın faaliyetleri geliştirebileceği çevrim içi sosyal platformlar olarak üçüncü bir alan yaratılabilir bilineceği vurgulanmıştır. Çalışmanın sonuçları, çağdaş ilköğretim müfredatının bileşeni olarak medya okuryazarlığının temel bir unsur olarak dahil edilmesini, eğitim mümkün olduğu kadar erken yaşta başlaması kalıcı ve olumlu etkiler sağladığını savunmuştur.

Medya okuryazarlığı eğitimini veren öğretmenlere yönelik bir diğer çalışmada Pakapol, (2022) "Hizmet Öncesi Sosyal Bilgiler Öğretmenlerinin Aktif Vatandaşlık ve Medya Okuryazarlığı Arasındaki Becerilere Teşvik için İhtiyaç Değerlendirmesi" adlı çalışmasıdır. Çalışmanın amacı sosyal bilgiler öğretmenleri adayları arasında aktif

vatandaşlık ve medya okuryazarlığını teşvik etme ihtiyacını analiz etmektir. Çalışmada 327 sosyal bilgiler adaylarına anketler dağıtıldı. Katılımcılar olarak, Eğitim Fakültesi Dekanı, Tayland üniversitesindeki diğer akademik uzmanlar, öğretim üyeleri ve öğretmen adayları ile yapılmış ve altı kişi ile de yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. Anketler 327 sosyal bilgiler öğretmen adayları dağıtıldı. Anketlerden elde edilen nicel veriler, tanımlayıcı istatistikler kullanılarak analiz edilmiş. Görüşmelerden elde edilen nitel veriler içerik kullanılarak analiz edilmiştir. Analiz sonuçlarında, hem aktif vatandaşlığı hem de medyayı geliştirmek için çok yüksek düzeyde bir ihtiyaç olduğunu ortaya koymuştur. Çalışmada öğretmen adaylarının okuryazarlık becerileri ve spesifik olarak, “tutumlar ve değerler” aktif vatandaşlık özelliği ve medya okuryazarlığının “medyayı analiz etme yeteneği”, son derece önemli olduğu belirtilmiştir. Sonuç olarak ortaokulda sosyal bilgiler dersinde medya okuryazarlığı becerisinin geliştirilmesine ilişkin uygulamalı araştırmaların yurt dışında ve özellikle yurt içinde sayısı oldukça sınırlı olduğu görülmektedir. Alan yazın incelemesinde yurt içinde seçmeli medya okuryazarlığı dersine yönelik birkaç çalışmaya rastlanmıştır. Fakat sosyal bilgiler dersi özelinde medya okuryazarlığı becerisine yönelik çalışmalara rastlanmamaktadır. Çalışmaların çoğu sosyal bilgiler öğretmen adaylarının medya okuryazarlığına ilişkin görüşlerine, ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlığı dersine karşı tutumlarına ve yurt dışındaki medya okuryazarlığı programı ile ülkemizde seçmeli medya okuryazarlığı programlarının karşılaştırmasına yönelik kuramsal çalışmaların olduğu görülmektedir. Bu araştırma ise sosyal bilgiler dersinde uygulamalı olarak ortaokul öğrencilerinin etkinliklerle medya okuryazarlığı becerisini geliştirmesi açısından alan yazına katkı sağlayacağı ve alan yazındaki boşluğu dolduracağı söylenebilir.

3.YÖNTEM

Bu bölümde, araştırmanın deseni, araştırma bağlamı ve katılımcılar, verilerin toplanması, verilerin analizi, geçerlik ve güvenirlik komitesi, araştırmacı, inandırıcılık ve araştırma etiği başlıkları yer almaktadır.

3.1. Araştırma Deseni

Bu araştırma medya okuryazarlığı becerisini sosyal bilgiler dersinde öğrencilere çeşitli uygulamalar ile geliştirmeyi, bu uygulamaları değerlendirmeyi, bu becerinin geliştirilmesi sürecinde yaşanan sorunları belirlemeyi ve bu sorunlara çözüm önerileri geliştirmeyi amaçlamıştır. Bu amaç doğrultusunda, öncelikle öğrencilerin medya okuryazarlığı becerisine ilişkin ön yeterlikleri ve eksiklikleri belirlenmiş, daha sonra medya okuryazarlığı becerisinin geliştirmesine yönelik eylem planları oluşturulmuş, eylem planlarının uygulanmış ve değerlendirilmiştir. Bu araştırmada sosyal bilgiler dersinde öğrencilerin medya okuryazarlığı becerisini uygulamalar yoluyla geliştirilmesi ve öğrencilerin medya okuryazarlığı gelişim sürecinin ayrıntılı olarak betimlenmesi amaçlandığı için nitel araştırma desenlerinden eylem araştırması benimsenmiştir.

3.1.1. Eylem araştırması

Eylem araştırması sosyal alanda değişimi veya gelişim oluşturmak amacıyla elde edilmesi gereken bilgilerin sistematik bir biçimde toplanması olarak tanımlanmıştır. Eylem araştırması sadece bir araştırma süreci değil araştırma yolu ile uygulamalar yapmayı bu uygulamaları değiştirmeyi, geliştirmeyi oluşturan sistematik bir süreçtir (Gürgür, 2017, s. 37). Lewin'e (1938) göre eylem araştırması, insanların günlük yaşamlarını etkileyen sosyal sorunları düzeltmeyi ve iyileştirmeyi amaçlayan sistematik bir araştırma sürecidir. Ayrıca, Lewin, bu araştırma metodolojisini döngüsel, dinamik ve işbirlikçi olarak nitelemiştir (Akgemci ve Kalfaoğlu, 2018, s. 396). Bir diğer tanım ise, eylem araştırmasını, uygulamada ortaya çıkan sorunların anlaşılmasına ve çözülmesine yönelik olarak, uygulayıcıların tek başlarına ya da bir araştırmacı ile birlikte uygulama sürecinin çalışmalarını içeren olarak ifade etmiştir. Bu tanımlardan yola çıkarak, eylem araştırmasını, araştırmacının ve katılımcıların araştırma tekniklerini kullanarak kendi eğitim uygulamalarını sistematik ve dikkatli bir şekilde incelemelerini ve geliştirmelerini amaçlandığı bir süreç olarak açıklanabilir.

Eylem araştırmasının çıkış noktasını baktığımızda II. Dünya savaşının toplumsal

yaşam üzerindeki yıkıcı etkisi sonucunda sosyal bilimcilerin toplumsal yaşam boyutunda ortaya çıkan yeni ihtiyaçları karşılama, problemleri çözme, üretme ve toplumsal yaşamı geliştirme arayışlarının sebep olduğu görülmüştür (Jonhson, 2012; Mertler, 2014; Mills 2011'den akt, Gürgür, 2017). Eylem araştırması ilk yıllarda sosyal bilimciler arasında yaygınlaşmış sonraki yıllarda ise eğitim, sağlık, güvenlik, kültürel ve sosyal organizasyonlar veya kurumlarda da kullanılmıştır (Gürgür, 2017, s. 34).

Eğitimde eylem araştırması sınıfta veya okulda belirli bir problemi çözmek, uygulamaları geliştirmek ya da önemli bir karara dayanak oluşturmak amacıyla sorunlara odaklanma süreci olarak tanımlanmıştır (McMillan, 2004'den akt. Gürgür, 2017). Eğitimde eylem araştırmalarının, öğretmenlerin mesleki gelişimlerine birçok yarar sağladığını ortaya konmuştur. Eylem araştırması öğretmenlere kuramsal bilgi ile uygulama arasında köprü kurabilme imkânı sağlamakta, eğitim- öğretim uygulamalarında uygulamaları ve okulu geliştirebilmekte, öğretim süreçlerini güçlendirebilmektedir (Beyhan,2013; Gürgür, 2017; Mertler, 2014).

Eylem araştırmasının öğretmenlere kendi uygulamaları ile ilgili kararlar verebilmelerini ve bu kararları sorgulamalarını, iş birliği ile kararlarını tekrar düzenlemelerini, eğitsel durumlarını geliştirmelerine imkan sunması öğretmenlerin öğretmenlik mesleklerinde güçlenmelerinde etkili olmaktadır (Jonhson, 2012; Mertler, 2014; Gürgür, 2017). Eylem araştırmasının temel özelliği, öğretmenlerin aynı zamanda araştırmacı da olmasıdır. Literatüre bakıldığında bu yönde “araştırmacı olarak öğretmen” terimini ilk kullanan İngiliz eğitimci Lawrence Stenhouse’ olduğu görülmektedir. Stenhouse (1975), öğretmenlerin de araştırmacı olabileceklerini ve kendi uygulamalarını bu şekilde geliştirebileceklerini öne sürmüştür. Stenhouse’un bu görüşleri sonraki dönemlerde Eliot ve Adelman gibi araştırmacılar tarafından geliştirilmiş ve araştırmanın ve uygulamanın farklı olmadığını, aksine birlikte yürütüldüğünü, birbirini desteklediğini ve güçlendirilebileceği ifade edilmiştir (Ekiz, 2009, 182; Beyhan, 2013). Mills’e göre ise, ‘araştırmacı öğretmenler’ tarafından kullanılan eylem araştırmasında, öğretmenler öğretim yöntemleri ve öğrencilerin nasıl öğrendikleri gibi konularda bilgi toplar ve toplanan bilgiler doğrultusunda yeni eğitim uygulamaları geliştirerek öğrencilerin başarısını artırmayı hedefler (Mills, 2010'den akt. Güler, Halıcıoğlu ve Taşgın, 2015, s. 263). Bu yönüyle eylem araştırması teori ile uygulamayı bir araya getiren ve araştırma sonuçlarının uygulamaya aktarılmasını kolaylaştıran bir araştırma yaklaşımıdır” (Yıldırım

ve Şimşek, 2016, s.74).

Eylem araştırmasının diğer araştırma desenlerinden ayıran belirli karakteristik özellikleri vardır. Bu kapsamda eylem araştırmasının özellikleri şöyledir (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s.78; Büyüköztürk ve diğerleri, 2012; Beyhan, 2013; Gürgür, 2017, s.39; Pala, 2020):

- Eylem araştırması döngüsel bir yapıya sahiptir.
 - Eylem araştırması değişimi sağlama ve geliştirme sürecidir.
 - Eylem araştırması uygulama veya müdahale sürecini anlamak için planlanmış sistematik bir yaklaşımdır.
 - Eylem araştırması çalışanların (eğitimci, yönetici vb.) işbirliği kurarak uygulamalarını geliştirme sürecidir.
 - Eylem araştırması esnek bir yapıdadır, gerekli görülen durumlarda tekrar düzenlemeler yapılabilir.
 - Eylem araştırmasında bulgular uygulayıcının doğrudan ulaşabilecekleri niteliktedir.
 - Eylem araştırması katılıma dayalıdır.
 - Eylem araştırması sonunda yine ileriye yönelik eylem planlarının geliştirmesi söz konusudur.
 - Eylem araştırması süreç boyunca veri toplanması ve verilerin değerlendirilmesi vardır.
- Eylem araştırması aşamalar arasında sürekli bir etkileşim vardır.

Alan yazın incelendiğinde eylem araştırmalarının tür bakımından farklı biçimlerde sınıflandırıldığı görülmektedir. Berg (2001) bu farklı yaklaşımları bir araya getirerek eylem araştırmalarını üç tür altında sınıflamaktadır; bunlar “teknik/teknik işbirlikçi/bilimsel eylem araştırması”, “uygulama/karşılıklı işbirliği/ tartışma odaklı eylem araştırması” ve “özgürleştirici/geliştirici/eleştirel eylem araştırması”(Akt. Yıldırım ve Şimşek, 2011, s. 296). Bu eylem araştırmalarının türleri şu şekilde açıklanmaktadır:

3.1.1.1. Teknik/bilimsel/işbirlikçi eylem araştırması

Bu yaklaşımda amaç daha önceden belirlenmiş kuramsal bir çerçeve içinde bir uygulamayı test edilmek veya değerlendirmektir. Kuramsal çerçeveye hâkim bir araştırmacının rehberliğinde uygulayıcı yeni bir yaklaşım uygulamaya koyabilir. Araştırmacı tarafından uygulamanın süreci analiz edilebilir ve değerlendirme yapılabilir. Bu yaklaşımda araştırmacı ile uygulamacı arasında yoğun bir etkileyişim vardır. Uygulayıcı sürece ilişkin araştırmacının önerileri çerçevesinde uygulamasına devam eder. Bu yaklaşım türünde sürecin betimlenmesi araştırmacının temel amacıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s. 296).

3.1.1.2. Özgürleştirici/geliştirici/eleştirel eylem araştırması

Bu yaklaşımın amacı uygulayıcıya yeni bilgiler, beceriler ve deneyimler kazandırmak ve uygulayıcının kendi uygulamalarına karşı eleştirel bakış açısı geliştirmektir. Böylelikle, uygulayıcı kendi uygulamalarını bir problem çözme süreci olarak görecektir ve sürekli olarak araştırmadaki kendi rolünü sorgulayacaktır. Araştırma sürecinde uygulamalarına eleştirel bir gözle bakabilme anlayışını kazanabilecek ve uygulamada sık sık karşılaşılan sorunlara ilişkin açıklamalar geliştirebilecektir. Uygulayıcı araştırma yoluyla mesleğinde daha yetkin hale gelecek, kuram ile uygulamayı bütünleştirme becerisi kazanacaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s. 297; Beyhan, 2013).

3.1.1.3. Uygulama/karşılıklı işbirliği/ tartışma odaklı eylem araştırması

Bu yaklaşımda araştırmacı ve uygulayıcı bir araya gelerek uygulamada ortaya çıkabilecek sorun alanlarını, sorunlara neden olabilecek etmenleri ve olası müdahale yollarını saptarlar. Araştırma problemi uygulayıcı ve araştırmacı tarafından saptanır. Bu yaklaşım, uygulamayı geliştirmeye yönelik olduğu için “uygulama odaklı eylem araştırması” olarak da bilinir. Bu yaklaşım “Teknik/bilimsel/işbirlikçi” yaklaşıma göre daha esnekler. Nedeni ise uygulayıcı ile gerçekleştirilen etkileyişim araştırmanın seyrinde değişikliğe gidilebilir. Bu durum aynı zamanda güçlüklerde getirmektedir. Araştırmada gerçekleşen değişiklik nedeniyle sistematik veri toplanmasını zorlaştırabilir (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s.296-297; Beyhan, 2013)

Bu araştırmanın amaçları doğrultusunda, araştırmada uygulamalı/karşılıklı işbirlikli/tartışmalı odak eylem araştırması tercih edilmiştir. Bu yaklaşımın tercih

edilmesinin nedeni uygulayıcının sosyal bilgiler dersinde uygulama sürecinde öğrencilerin medyada öğrendiklerini derslere yansıtması ile başlamıştır. Uygulayıcı öğrencilerin medya okuryazarlığı becerisinin eksiklerinin ortaya çıkarmasını, bu eksiklerin geliştirmesinin ve öğrencilerin medya karşısında bilinçlendirilmesi gerektiğini tespit etmiştir. Böylece araştırmanın problemi ortaya çıkmış ve bu yaklaşım tercih edilmiştir. Araştırmanın problemi ortaya çıktıktan sonra araştırmacı sosyal bilgiler dersinde medya okuryazarlığı becerisinin uygulamada geliştirilmesine karar vermiş ve uygulamaya odaklanılmıştır. Araştırmanın planında uygulamanın yüz yüze yapılmasına karar verilmesine rağmen Covid-19 sebebi ile 2020-2021 eğitim-öğretim yılının eğitimine çevrim içi (online) olarak yapılmasına karar verilmiştir. Bu yaklaşımın esnek bir yapıya sahip olması sebebi ile uygulamalara çevrim içi (online) olarak devam edilmiştir. Bu değişiklikten dolayı uygulamada ara ara verilerin sistematik olarak toplanmasında gecikmeler yaşanmıştır.

3.1.2. Eylem Araştırması Süreci

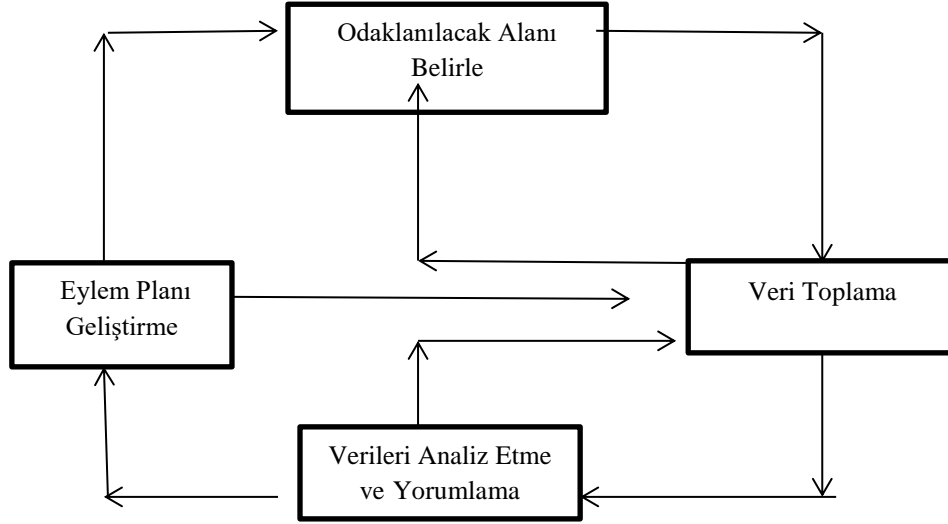
Eylem araştırmalarında araştırma sürecinde izlenen yollara göre çeşitli modeller geliştirilmiştir. Bu modeller süreçte atılacak adımları açıklayan ve bu adımların nasıl atılacağına ilişkin yönlendirme yapan birer kılavuz olarak tanımlanabilir. Alan yazına baktığımızda eylem araştırmasının sürecine yönelik çok sayı da ve farklı modeller önerilmiş olduğu görülmektedir. Tüm bu modellerin temeline baktığımızda modellerin birçok ortak adımdan oluştuğunu görmemiz mümkündür. Modellere baktığımızda ise birkaç yazarın öne sürdüğü ve öne çıkan modellerin olduğu görülmektedir. Gürgür (2017) bu modelleri şu şekilde açıklayabiliriz:

- Piggot-Irvine Modeli; Eylem araştırmasının doğası gereği sarmal bir yapıya sahiptir. Modelin adımları planla, eyleme geç ve yansıtma yap şeklinde betimlenmiştir.
- Kemmis ve Mc Taggart Modeli: Sarmal şekilde planla, eyleme geç ve yansıtma yap planı gözden geçir şeklinde adımlarla ilerlemektedir. İlerleyen döngüde ise eylem, gözlem ve yansıtma şeklinde adımlarla devam etmiştir.
- McNiff Modeli: Eylem araştırma sürecinde bu model döngüsel olarak devam eder. Bu döngü içerisinde adımlar gözle, yansıtma yap, eylemi gerçekleştir, değerlendir, gözden geçir ve yeni yönle hareket et biçiminde ifade edilmiştir.

- McNiff ve Whitehead Modeli; McNiff Modelinin geliştirilmiş hali olarak karşımıza çıkmakta ve eklenen iç döngüler bulunmaktadır. Bu döngü başlangıç düzeyi, pilot uygulama, gözden geçir ve tekrar ziyaret et adımlarından oluşmaktadır.
- Stringer Modeli; Sarmal olarak yapılandırılmış bir eylem araştırması modelidir. Bak, düşün ve eyleme geç rutinleri ile açıklanabilir. Sarmalın her adımında katılımcıların gözlemde bulunmaları, gözlemlerine ilişkin yansıtma yapmaları ve elde ettikleri bulgulara dayalı olarak bir eylem gerçekleştirme sürecidir.
- Mills Modeli; Mill (2011) geliştirmiş olduğu ve döngüsel olarak devam eden bir modeldir. Diyalektik eylem araştırması döngüsü biçiminde adlandırılmıştır. Bu döngü içerisinde yer alan adımlar vardır. Bu adımlar ise odaklanılacak alanı belirleme, veri toplama, verileri analiz etme ve yorumlama eylem planı geliştirme olarak isimlendirilmiştir.

Eylem araştırmasında modellere ilişkin yapılan açıklamalara bakıldığında sıklıkla *döngüsel* veya *sarmal* adımlar izlendiği görülmektedir (Gürgür, 2017). Literatüre bakıldığında eylem araştırması süreç odaklı bir araştırma türüdür. Aynı zamanda süreçte farklı aşamalardan oluştuğu da görülmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2011; Beyhan,2013; Gürgür, 2017; Pala, 2020). Örneğin Shön, (1983'den akt. Yıldırım ve Şimşek, 2008, s.298) ve Basse (1988;'den akt. Köklü, 2001), Cummings ve Worley (1997) eylem araştırmasını sekiz aşamada, Büyüköztürk ve diğerleri (2009) beş aşamada ve Ferrance (2000) altı aşamada ele almıştır (Beyhan, 2013). Eylem araştırmalarında uygulanan modellere göre araştırma aşamaları da farklılık göstermektedir.

Bu araştırmada, Mills'in döngüsel olarak nitelendirdiği ve diyalektik eylem araştırması biçiminde adlandırdığı model kullanılmıştır. Bu eylem araştırması içinde yer alan döngüleri; odaklanılacak alanı belirleme, veri toplama, toplanan verileri analiz etme, yorumlama ve eylem planı geliştirme adımlarını izleyen döngüsel bir süreçte gerçekleştirilmiştir ve Mills'in eylem araştırmasının döngüsü Şekil 3.1.'de gösterilmiştir (Gürgür, 2017). Bu modelin tercih edilme nedeni araştırmamızın amacı olan öğrencilerin medya okuryazarlığı becerisindeki eksiklikleri tespit edilmesinde olanak sunmasıdır. Bu eksiklikler doğrultusunda sosyal bilgiler dersi kazanımları dahilinde eylem planları geliştirme, planlar sonrası veri toplama ve bu veriler doğrultusunda beceriye yönelik yorum yapabilme fırsatı sunmasıdır.

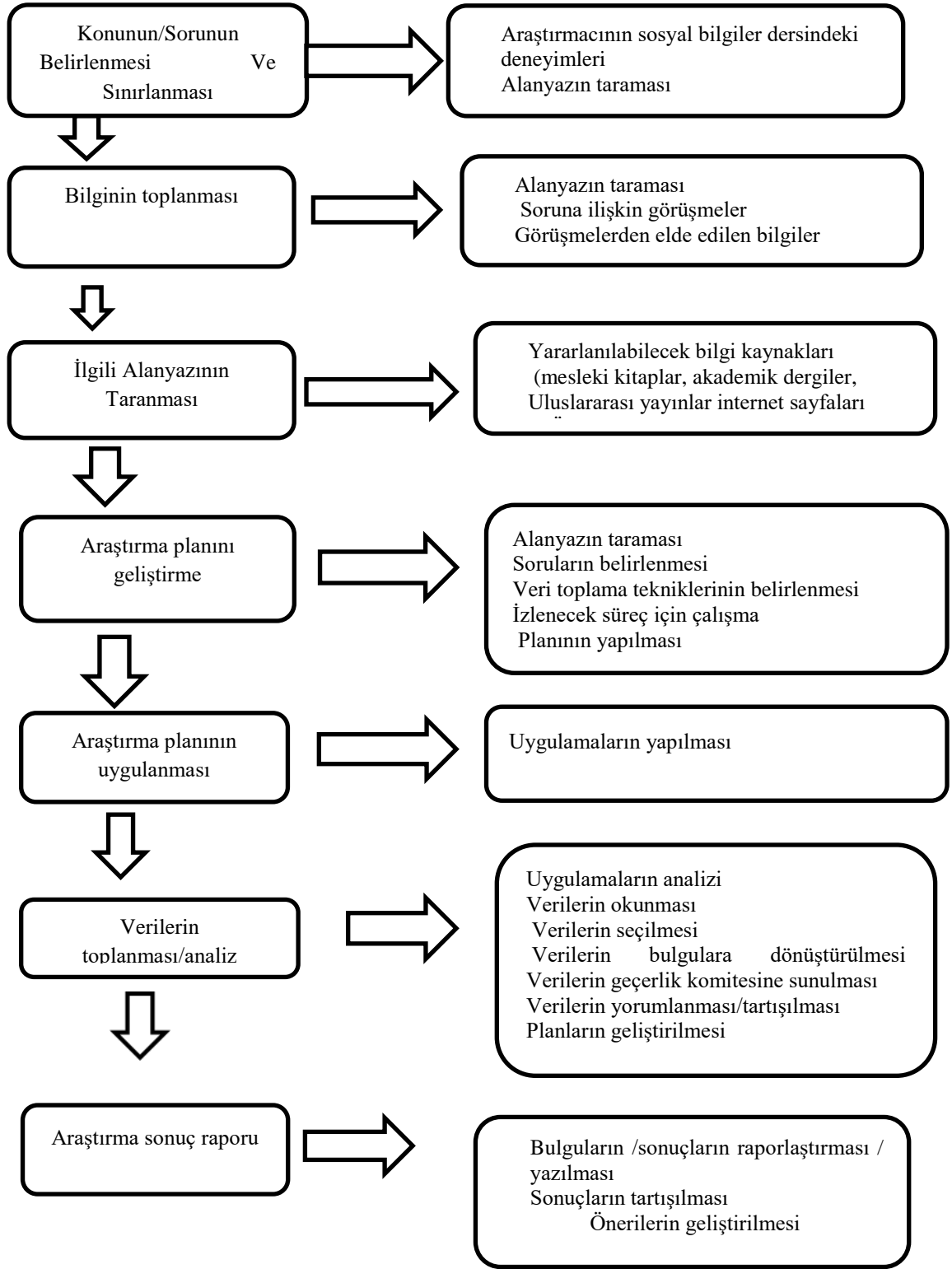


Şekil 3.1 Mills'in (2011, s. 112) döngüsel eylem araştırması modeli (Akt. Gürgür, 2017)

Eylem araştırmasında aşamalar her ne kadar döngüler belirlense de bu aşamalar kesin sınırlar içeren bölümler değildir. Örneğin, sorunun tanımlanması aşaması yapılan çalışmaların diğer bütün aşamaları etkileyen, sürecin tamamına katkı sağlayan çalışmalardır veya uygulamaların yürütülmesi aşamasında sorunun tanımlanmasına dair veriler elde edilebilir ve bu verilere göre planlamalar tekrar geliştirilebilir (Yıldırım ve Şimşek, 2011). Bunun nedeni ise eylem araştırması doğrusal ilerleyen bir süreç olmamasından kaynaklanmaktadır (Pala, 2020).

Araştırmada Mills'in eylem araştırma sürecinin adımları izlenmiştir. Araştırma öncelikle öğrencilerin medya okuryazarlığı becerisinde eksiklerine odaklanmış ve sorunu tanımlamıştır. Daha sonra odaklanılacak alana yönelik verileri belirlemiş ve toplamıştır. Bu veriler analiz edilmiş ve öğrencilerde var olan eksiklikler belirlenmiştir. Eksikliklerden yola çıkarak uygulamada becerinin geliştirilmesi için eylem planları geliştirilmiştir. Bu planlar uygulandıktan sonra tekrar odaklanacak alan belirlenmiş ve veriler toplanmıştır. Araştırmada süreci boyunca bu döngüsel durum devam etmiştir.

Bu araştırmada Mills'in eylem araştırması sürecine göre işlem adımları Şekil 3.2'de gösterilmiştir. Bu araştırmanın aşamaları ve bu kapsamda yapılan çalışmalar Şekil 3.2'de gösterilmiştir.



Şekil 3.2. Sosyal Bilgiler Dersinde Ortaokul Öğrencilerinin Medya Okuryazarlığı Becerisinin Geliştirilmesine ilişkin eylem araştırması şeması

3.1.2.1. Sorunun belirlenmesi ve sınırlanması

Mills (2011) eylem araştırması sürecinde, diğer aşamaları etkilediği için ilk olarak odaklanılacak konunun belirlenmesi olduğunu belirtmektedir (Gürgür, 2017). Araştırma problemin tanımlanması aşamasında araştırmaya ilişkin sorular belirlenir. Soruların konuyla ilişkili olması, günlük yaşamda sınırlandırılması sonrasında anlamlı ve uygulanabilir bir soruya indirgenmesi araştırma için oldukça önemlidir. Bu aşamanın iyi planlanması, araştırmanın sağlıklı bir şekilde yürümesi için önemli bir başlangıç olacaktır (Beyhan, 2013). İyi bir araştırma problemi için, oluşturulan sorularda bazı noktalara dikkat edilmelidir. Sorular; araştırma sürecinde evet/hayır şeklinde olamamalı, anlamlı, kısa ve özlü olmalı, açık bir dille yazılmalı ve uygunsuz dil kullanımından kaçınılmalıdır. Ayrıca soruların cevabı önceden belli olan sorulardan oluşmamalı (Beyhan, 2013; Ferrance, 2000, s.9).

Araştırmacı ilköğretimin ikinci kademesi olan ortaokulda sosyal bilgiler öğretmeni olarak meslek hayatına başlamıştır. Araştırmacı, öğretmenlik deneyimlerinde, sosyal bilgiler dersinde, öğrencilerin medyada iletilen mesajları eleştirel bir yaklaşımla değil, olduğu gibi doğru kabul ettiklerini fark etmiştir. Ayrıca, öğrencilerin eğlenmek amacı ile izledikleri film ve oyunlardan çok etkilendiklerini ama öğrencilerin bunun farkında olmadıklarını görmüştür. Bunun üzerine 2019/2020 eğitim öğretim yılı ikinci döneminde araştırmacı, aynı zamanda sosyal bilgiler öğretmeni olarak araştırma konusunu netleştirmek için sınıfında gözlemler ve öğrencilerle görüşmeler yapmıştır. Araştırmacı sosyal bilgiler derslerinde yaptığı gözlemlerde ve öğrenciler ile yaptığı konuşmalarda, öğrencilerin kurgu ile gerçek ayırımını yapamadığını ve medyada yer alan bilgilerin gerçek olduğunu kabul ettiklerini anlamıştır. Ayrıca, öğrencilerin medyada bireyleri etkilemek için kullanılan yöntem ve tekniklerden, bilgiye erişimde resmi sayfa, ticari sayfa gibi ayırımın farkında olmadığını görmüştür. Bununla birlikte öğrencilerle yaptığı konuşmalarda, öğrenciler, internette rahatsız oldukları durumlarda yasal haklarının neler olduğunu ve nasıl bir süreç izlenmesi gerektiğinin bilmediklerini, böyle durumlarda informal öğrenmelerle, arkadaşlarında vs. yardım aldıklarını söylemişlerdir. Veliler ile yapılan görüşmelerde öğrencilerin medya araçlarında çok fazla zaman geçirdiklerini bu durumun öğrencilerin ders çalışmalarına yansydıklarını ifade etmişlerdir. Öğrencilerin medyayı kullanıma alışkanlıkları ile ilgili sorun yaşadıkları ifade edilmiştir. Araştırmacı, gözlemlerinden ve öğrencileri ile yaptığı diyaloglarından günlüğüne şunları not etmiştir:

“Bugünöğrenciyle meslekler konusunda sohbet ediyorum,büyüdüğünde pilot olacağını söyledi ama pilot olunca ailem beni evlatlıkta reddedecek dedi. Şaşırdım. Neden seni reddetsinler diye sordum. Verdiği cevap televizyonda dizide izledim başrolün ailesinin istemediği mesleği seçtiği için reddettiler. Benim annem babamda istemiyor onlar da beni reddedecekler”

“Bu gün derste “Hocam Azerbaycan çok mu fakir bir ülke?” diye sordu. Bende “hayır neden böyle düşünüyorsun” dedim öğrencimin verdiği cevap “Hocam televizyonda gördüm arabaları eski model” diye cevap verdi”.

“İki hafta önce Birinci Dünya Savaşını anlatmaya başlayınca“Hocam savaşta Almanya Osmanlı Devletine saldırmıştı dimi?” diye sordu “Hayır onlar müttefikti. Almanya Osmanlıya saldırmadı” diye cevap verdim. Nerden öğrendim diye sordum oyunda öyle olduğunu söyledi. İki hafta sürdü ikna etmek”.

“Derste Michelangelo’yu anlatıyorum döneminin ünlü mimarı, ressam ve heykeltıraş olduğunu belirtiyorum. Öğrenci ısrarla onun mimar olmadığını söylüyor. Niye böyle ısrar ettiğini sorduğumda ise “...onu Ninja Kaplumbağalarında izlemiştim. O bir kahraman ve lider” diye itiraz ediyor”.

“Paralel ve meridyenler konusunu işliyoruz, dünyanın yuvarlak olduğunu söyleyince öğrenci dünya yuvarlak değil diye ısrar etti. Konu anlattıktan sonra ikna oldu. Öğrenciye niye böyle sorduğumda videoda izlediğini söyledi “(Araştırmacı Günlüğü Mart/Nisan/Mayıs, 2020).

Sosyal bilgiler dersi öğretmeni olan araştırmacı, sosyal bilgiler derslerinde yaptığı gözlemler ve öğrencileri ile yaptığı görüşmelerde, öğrencilerin medya mesajlarını doğru algılamamalarının medya okuryazarlığı becerisindeki eksikliklerden kaynaklandığını belirlemiştir. Böylece, araştırmacı için öğrencilerinin medya okuryazarlığı becerisinin geliştirilmesi çözümlenmesi gereken bir öğretim sorunu, aynı zamanda bir araştırma konusu olarak ortaya çıkmıştır. Bu araştırmada, araştırmacı öğretmen sosyal bilgiler dersinde yapacağı uygulamalarla öğrencilerin medya okuryazarlığı becerisini geliştirmeyi amaçlamıştır.

3.1.2.2. Bilgi Toplanması

Eylem araştırmalarında konunun belirlenmesinden sonra sorunla ilgili bilgiler toplanır. (Büyüköztürk ve diğerleri, 2012). Mills, bilgi toplama adımı, araştırmacıların gerçekleştirdikleri görüşmelerin, kendi deneyimlerinden yola çıkarak konu veya soruna

ilişkin yansıtımlar yapmalarının odaklanılan konuyu daha iyi kavramalarını sağlayacağını belirtmiştir (Gürgür, 2017). Ayrıca bu süreçte araştırmacı farklı veri toplama yöntemlerini kullanarak farklı bakış açılarını işe koyabilir ve araştırmaya katkıda bulunulabilir (Büyüköztürk vd., 2012).

Araştırmanın bu aşamasında araştırmacı, öğrencilerin medya okuryazarlık yeterliklerine ilişkin eksikliklerini daha net ortaya koymak amacıyla öğrencilerle görüşme yapmıştır. Bu görüşme verileri eylem planlarının geliştirilmesinde kullanılmıştır. Böylece eylem planları öğrencilerin medya okuryazarlığı eksikliklerini geliştirme amacına uygun olarak hazırlanmıştır. Ayrıca, araştırmacı yapılan görüşmelerde, ortaokulda öğrencilerin sınıf düzeyi yükseldikçe medyaya daha fazla maruz kaldıklarını tespit etmiştir. Bu nedenle, araştırmacı, araştırmayı 7. sınıflar ile yapmaya karar vermiştir.

3.1.2.3. Alanyazın Taraması

Alanyazın taramasının, odaklanılan konuyu betimleme, konuyu sınırlandırma yönetilebilir ve uygulanabilir bir araştırma desenleme, uygun veri toplama, analiz tekniklerini belirleme ve seçme konusunda yol gösterici olduğu belirtilmektedir (Person ve Brown 2002; Gürgür, 2017). Alanyazın taraması, süreç içerisinde sürekli kendini yenileyen ve araştırmanın her aşamasında uygulanan bir adımdır (Gürgür, 2017).

Araştırmamızın bu aşamasında, medya okuryazarlığı, sosyal bilgiler ve eylem araştırması gibi kavramlarla ilgili alanyazın taranmıştır. Bu süreçte, yazılı kaynaklardan, sosyal bilgiler dersi öğretim programlarından, ders kitaplarından, seçmeli medya okuryazarlığı öğretim programından, makalelerden, dergilerden, internet sayfalarından vb. yararlanılmıştır.

Alanyazın taraması ile medya okuryazarlığı ve sosyal bilgiler alanında yapılan çalışmaların incelenmesi sonucunda, öğrencilerin medya okuryazarlığı becerisine ilişkin nicel ve nitel çalışmalar yapıldığı görülmüştür. Ancak sosyal bilgiler dersinde uygulamalı olarak medya okuryazarlığı becerisini geliştirmeye yönelik çalışmaların yeterli düzeyde olmadığı görülmüştür. Araştırmacı alanyazın taraması ile medya okuryazarlığı konusunda uygulamalı araştırmalara gereksinim olduğunu görmüştür. Kuramsal olarak belirlenen bu boşluk, öğretmenin sosyal bilgiler derslerinde yaptığı gözlemler ile ortaya koyduğu öğrencilerin medya okuryazarlığı becerisinin geliştirilmesine temel oluşturmuştur. Böylece, araştırma konusu bir öğretim sorunun çözümlenmesi yanı sıra medya okuryazarlığı becerisinin nasıl geliştirileceğine ilişkin kuramsal bilgi üretecektir.

Araştırmacı, araştırma konusuyla ilgili kuramsal bilgi eksikliğini belirledikten sonra, medya okuryazarlığı becerisinin boyutları, medya okuryazarlığının geliştirilmesi etkinlik örnekleri açısından alanyazın taramalarına devam etmiştir. Bu aşamada yurt içi ve yurt dışı kaynaklar taranarak geniş tabanlı bir alanyazın çalışması yrtlmştir. Alanyazın taraması ile elde edilen bilgiler eylem planlarının geliştirilmesinde ve araştırma raporunun yazımında yararlanılmıştır.

3.1.2.4. Araştırma Eylem Planlarının Geliştirilmesi

Eylem planının bu aşamasında, daha önceden toplanmış olan verilerin analizleri ve yorumları çerçevesinde eylem planları ve alternatif uygulamalar geliştirilir (Yıldırım ve şimşek, 2012, s.303; Gürgür, 2017, s. 61). Alan yazında araştırmalarda eylem planının geliştirmesi en çok ve en önemli ve en fazla zaman alan adım olarak nitelendirilmektedir (Gürgür, 2017). Araştırmada uygulanan plandan elde edilen verilere bakılarak bir sonraki ders planı için amaçları gerçekleştirmeye yönelik nasıl bir plan oluşturulup uygulanacağı değerlendirilir (Mills, 2003, s.14; Gürgür, 2017, s.60-61).

Bu aşamada, daha önce bilgi toplama aşamasında öğrencilerin medya okuryazarlık düzeylerinin belirlenmesi için yapılan görüşme ile elde edilen verilerin analizinden yararlanılarak eylem planları geliştirilmiştir. Eylem planları kapsamında uygulamalarda kullanılacak etkinliklerin geliştirilmesinden sonra uzmanların görüşleri alınarak detaylı eylem planları oluşturulmuştur. Araştırmanın eylem planlarında detaylı bir şekilde haftalık olarak yapılacak etkinliklere, etkinliklerin uygulanması için gerekli açıklamalara yer verilmiş, etkinliklerde yapılması gereken düzenlemeler ve n görülen srelere yer verilmiştir. Araştırmada eylem planları uygulanmış ve uygulamada elde edilen verilere göre yeni uygulanacak eylem planlarını geliştirmek amacı ile eylem planları sürekli gözden geçirilerek yeniden düzenlenmiştir. Araştırmacı uygulamanın sonuna kadar uygula, gözden geçir, gerekli düzenlemeleri yap ve tekrar uygula şeklinde bir döngü ile devam etmiştir.

Eylem planlarının geliştirilmesinde alanyazın ile elde edilen kuramsal bilgiden de yararlanılmıştır. Alanyazın incelendiğinde, medya okuryazarlığı becerilerinin farkındalık, erişim, analiz ve değerlendirme, üretim, paylaşım ve aktivizm olarak alt beceriler şeklinde ele alındığı grlmştir (Ardıç ve Altun, 2019). Eylem planları, medya okuryazarlığı becerisinin alt becerilerine göre etkinlikler geliştirmiştir. Öğrencilerin medya okuryazarlığı becerisinin geliştirilmesi üzerine yapılan eylem planları Tablo 3.1.de

açıklanmıştır.

Tablo 3.1. Sosyal Bilgiler Dersinde Ortaokul Öğrencilerinin Medya Okuryazarlığı Becerisinin Geliştirilmesine ilişkin eylem planları

Medya okuryazarlığı Alt beceriler	Eylem planları	Amacı	Etkinlikler	Biyim /Süre
Farkındalık	I. Ders planı	Temel Kavramlar	Anlatım, firtınası Soru cevap	Beyin Yüz yüze 40.dk
	Ders Planı	Farkındalık Becerisi	Reklam analizi Grup Çalışması	Yüz yüze 40.dk
	(Ek. plan)	Farkındalık becerisi	Grup Çalışması	Online 30.dk.
Erişim	III. Ders planı	Erişim Sağlama	Gösterip Yaptırma	Yüz yüze 40. dk.
	IV. Ders Plan	Erişim Sağlama	Uygulama Yaptırma	Yüz yüze 40.dk.
Analiz ve Değerlendirme	V. Ders Plan	Medya mesajı analizi ve değerlendirmesi	Haber Analiz	Online 30+30.dk.
	VI. Ders Plan	Medya mesajı analizi ve değerlendirmesi	Haber Analizi	Online 30+30.dk.
Üretim	VII. Ders Plan	Medyada üretim Yapma	Örnek Olay Gazete Çıkarma	Online 30.dk.
	VIII. Ders Plan	Medyada üretim Yapma	Proje Hazırlığı	Online 30.dk.
Paylaşım	IV. Ders Planı	Medyada paylaşımında bulunma	Rol alma	Online 30.dk.
	X. Ders Planı	Medyada paylaşımında bulunma	Poster Yama Proje sunumu paylaşımı, Gazete Paylaşımı	Online 30.dk.
Aktivizm	XI. Ders planı	Aktivizm Becerisi	Altı Şapka etkinliği. Örnek dilekçe yazma	Online 30+30.dk.

Tabloda görüldüğü gibi, medya okuryazarlığının alt becerilerden ilk beceri olan farkındalık boyutu için öğrencilere yönelik ders içi etkinlikler yaptırılmış, beceriyi pekiştirmek amaçlı günlük yaşamda karşılaştıkları medya ile ilgili yönerge şeklinde ev

ödevi verilmiştir. Erişim becerisine yönelik derste yapılan etkinliklerden sonra araştırmacının uzmanların da görüşünü alarak oluşturduğu çalışma yaprakları şeklinde ders dışında etkinlikler hazırlamıştır. Analiz ve değerlendirme alt becerisi için güncel olan bir konu üzerinden derste etkinlikler yaptırılmış ev ödevi olarak çalışma yapağı verilmiştir. Üretim becerisine yönelik derste yapılan etkinlikten sonra, öğrenciler sosyal bilgiler dersi gazetesi çıkarmış aynı zamanda öğrencilerin kendi sloganlarını ile oluşturdukları afişleri üretmişlerdir. Paylaşım alt becerisi için derste örnek olay etkinliği kullanılmış, paylaşım için öğrencilere proje verilmiş, öğrenciler poster çalışması yapmış, hazırladıkları posterleri Zoom programı üzerinden aileler ile paylaşmışlardır. Aktivizm becerisi için derste altı şapka etkinliği yaptırılmıştır.

3.1.2.5. Eylem Planlarının Uygulanması ve Değerlendirilmesi

Araştırma 2020-2021 eğitim öğretim yılı bahar döneminde, 7. sınıf 2018 Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı'nda yer alan "Kültür ve Miras", "İnsanlar, Yerler ve Çevreler", "Bilim, Teknoloji ve Toplum", "Üretim Dağıtım ve Tüketim", "Etkin Vatandaşlık" öğrenme alanının kazanımları kapsamında gerçekleştirilmiştir. Bu öğrenme alanları sosyal bilgiler dersinde medya okuryazarlığının alt becerilerini geliştirecek etkinliklerle işlenmiştir. Eylem planlarında öğrenme alanları, kazanımları ve hangi eylem planında uygulandığı Tablo 3.2. de açıklanmıştır.

Tablo 3.2. Öğrenme alanı, Kazanımlar ve uygulandığı eylem planları

Öğrenme Alanı	Kazanımlar	Eylem planları
Kültür ve Miras	SB.7.2.4. Osmanlı Devleti'nde ıslahat hareketleri sonucu ortaya çıkan kurumlardan hareketle toplumsal ve ekonomik değişim hakkında çıkarımlarda bulunur	I.ve II. Ders planı
İnsanlar, Yerler Ve Çevreler	SB.7.3.2. Türkiye'de nüfusun dağılımını etkileyen faktörlerden hareketle Türkiye'nin demografik özelliklerini yorumlar. SB.7.3.4. Temel haklardan yerleşme ve seyahat özgürlüğünü açıklar	III. Ders planı IV. Ders planı
Bilim, Teknoloji ve Toplum	SB.7.4.1. Bilginin korunması, yaygınlaştırılması ve aktarılmasında değişim ve sürekliliği inceler.	V. ve VI. Ders planı
Üretim, Dağıtım ve Tüketim	SB.7.5.6. Dijital teknolojilerin üretim, dağıtım ve tüketim alanında meydana getirdiği değişimleri analiz eder.	VII., VIII, VI ve X. Ders planı
Etkin Vatandaşlık	SB.7.6.3. Türkiye Cumhuriyeti Devleti'nin temel niteliklerini toplumsal hayattaki uygulamalarla	XI. ve XII. Ders planı

Her bir eylem planı kazanımın içeriğine uygun olarak hazırlanmaya çalışılmıştır. Uygulama boyunca öğrenciler ile etkinliklerin yönergelerine ilişkin ders dışında araştırmacı öğrenciler ile ara ara çevrimiçi olarak görüşmeler sağlanmıştır. Özellikle üretim ve paylaşım alt becerisine yönelik gazete çıkarma, proje hazırlama ve poster sunumu sürecinde öğrenciler ile dersin dışında da çevrimiçi olarak araştırmacı ile görüşmeler sağlanmış araştırmacı çalışmalara rehberlik etmiştir. Araştırmacı bu uygulama süresince öğrenciler ile iletişimi sağlamak için whatsapp gurupları kurmuş ve öğrenciler ile iletişim sağlanmıştır. Araştırmacı, eylem planlarının uygulama süreci boyunca edindiği gözlemlerden ve deneyimlerinden yola çıkarak ihtiyaçlar doğrultusunda geçerlik komitesinin önerileri ile eylem planlarını iyileştirmeye çalışmıştır. Araştırmacı, uygulama sürecinde “Uygulamalarımı nasıl geliştirebilirim? sorusuna sürekli cevap aramıştır. Uygulama sürecinde yapılan çalışmalar şu şekildedir.

- Ders planı ve etkinliklerin gözden geçirilmesi ve düzeltilmesi,
- Planların uygulanması,
- Verilerin toplanması,
- Geçerlik komitesinin toplanması,
- Eylem planlarının öneriler doğrultusunda gözden geçirilmesi,
- Uygulamalar boyunca verilerin toplanması

3.2.2.6. Veri Toplanması ve Analizi

Eylem araştırması sürecinde veri toplanması ve analizi, eylem planlarının hazırlanması ve uygulaması süreklilik gösteren bir durumdur. Yapılan veri çözümlenmelerine göre eylem planlarına ilişkin bir çözüm planı ve alternatif uygulamalar geliştirilebilir. Araştırmacı uygulama süreci boyunca veri çözümleri ile uygulamada karşılaştığı problemlerin kaynaklarına yönelik yeni planlar geliştirir (Beyhan, 2013; Yıldırım ve Şimşek, 2008, s. 303-304).

Araştırmada verilerin toplanmasında çeşitli veri toplama araçlarından yararlanılmıştır. Bunlar görüşme, gözlem, araştırmacı günlüğü ve öğrenci ürünleridir. Araştırmada veri toplama süreci ve veri toplama araçları “Verilerin Toplanması” başlığı altında ayrıntılı olarak açıklanmıştır. Araştırma sürecinde veriler, eylem planlarının

hazırlanması öncesinde, eylem planları uygulanırken ve eylem planları uygulaması sonrasında toplanmıştır. Her hafta derslerin uygulaması sürecinde araştırmacı notlar almıştır. Araştırmacı, video ders kayıtlarını her uygulamadan sonra incelemiş ve ilgili bölümlerin notlarını almıştır.

Araştırmada veri analizi makro ve mikro analiz olarak iki biçimde gerçekleştirilmiştir. Makro analiz öğrencilerin medya okuryazarlığı becerisine ilişkin öğrencilerin mevcut durumun belirlenmesi, eylem planlarının hazırlanması sürecinde ve her eylem planının uygulanması ve eylem planlarının değerlendirilmesi sürecinde gerçekleştirilmiştir. Mikro analiz ise tüm verilerin toplanmasından sonra ayrıntılı analizi olarak gerçekleştirilmiştir. Araştırma verilerinin analiz süreci 'Verilerin Analizi' başlığı altında ayrıntılı olarak açıklanmıştır.

3.2.2.7. Araştırma Raporunun Yazılması

Eylem araştırmasının son adımı olan kuramsal dayanak, yöntem, bulgular ve sonuçların yer aldığı araştırma raporunun yazılmasıdır (Gürgür, 2017). Araştırmacı, araştırmanın bu basamağında okuyucuya elde edilen bulguların ne anlama geldiğini açıklar. Bu araştırmada öğrencilerin medya okuryazarlığı becerisindeki gelişmeler medya okuryazarlığının alt becerileri başlıkları altında betimsel olarak kanıtlara dayalı olarak sunulmuştur.

3.2. Araştırma Sahası ve Katılımcılar

3.2.1. Araştırma Okulu

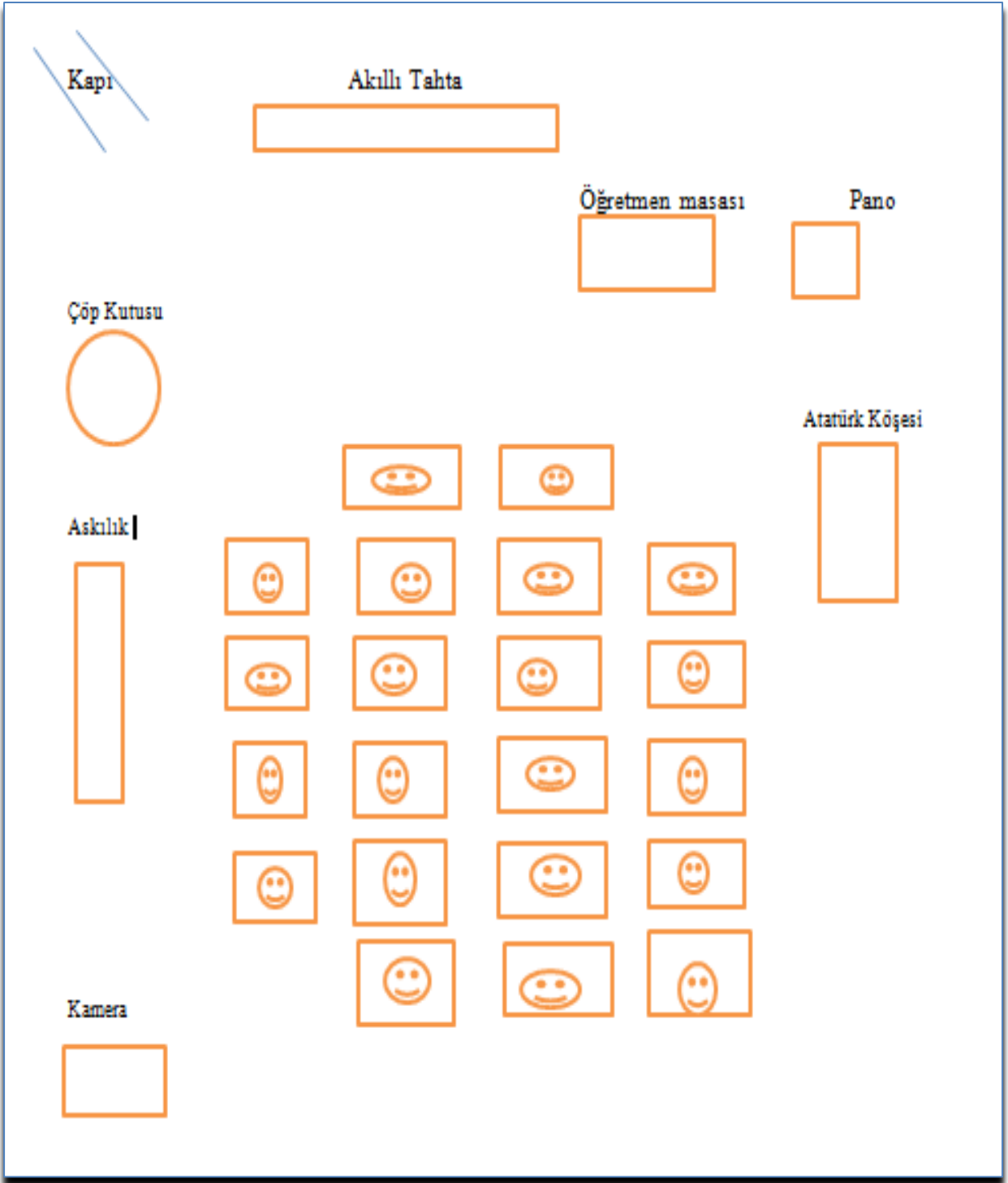
Araştırma 2020/2021 Eğitim Öğretim yılında bahar döneminde Ankara'da bir mahallede İlçe Milli Eğitim Müdürlüğüne bağlı bulunan özel bir ortaokulda gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın yapıldığı okul Milli Eğitim Bakanlığına bağlı, 1999 yılında kurulmuş, dört kattan oluşan bir binada gerçekleşmiştir. Bu ortaokul hafta içi saat 09.00-16.25 arasındaki saatlerde eğitim-öğretim veren bir okuldur. Okul aynı zamanda Cambridge Okulu olup, Cambridge programının uygulandığı ve Erasmus Plus projesine dâhil olan bir okuldur. Ankara ilinde sosyo-ekonomik düzeyleri orta ve ortanın üstünde olan ailelerin ikamet ettiği bir bölgede olan okulda veliler genellikle hizmet sektöründe çalışan ailelerden oluşmaktadır.

Araştırmanın bu okulda yapılmasının nedeni araştırmacının bu okulda görev

alması, öğrencilerin medya okuryazarlığı becerisinin eksikliğini fark etmesi, aileler ile öğrencilerin araştırmaya katılmaya istekli olması ve okul yönetiminin araştırmalarda gönüllü olması ve okulun fiziksel ortamının uygun olmasıdır. Çalışmanın yapılması için kendisi de eğitimci olan okulun kurucusu bilgilendirilmiş ve izin alınarak çalışma yapılmıştır. Okulun medya uygulamaları bulunmakta, okul dergisi ve gazetesi çıkarılmaktadır. Öğrencilerin yazıları ara ara bu gazetelerde yayınlanmaktadır. Okulun aynı zamanda web sitesi, sosyal medya (Facebook, Instagram) hesapları bulunmakta ve öğrencilerin yapmış olduğu etkinlikler vs. bu sayfalarda paylaşılmaktadır. Öğrencilerin hepsinin internete erişim imkânı bulunmakta bir iki öğrencinin dışında hepsi sosyal medya kullanmaktadır.

3.2.1.2 Araştırma Sınıfı

Araştırmanın uygulama süreci sözü edilen okulun 7/B sınıfında gerçekleşmiştir. Bu sınıfta yirmi bir sıra ve masa bulunmaktadır. Sınıfta öğretmen masası ve sandalyesi ve kitaplığı bulunmaktadır. Öğrenciler Covid-19 sebebi ile tek başına oturmaktadırlar. Sınıf oturma düzeni sabit kalmaktadır. Araştırma sınıf ortamında gerçekleştirildiğinde kamera sınıfı tamamını görecektir şekilde kurulmuş ve ders kayıt altına alınmıştır. Araştırmacı aynı zamanda uygulamayı gerçekleştirdiği 7/B şubesinde altıncı sınıfta da sosyal bilgiler öğretmeni olarak görev almıştır. Şekil 3.3.'de uygulama süreci sınıf yerleşim düzeni gösterilmiştir.



Şekil 1. 3. 7/B Sınıfının Oturma Planı

3.2.2 Katılımcılar

3.2.2.1. Öğrenciler

Çalışma grubunun belirlenmesi aşamasında “amaçlı örnekleme” tercih edilmiştir. Araştırmacının, araştırmanın amaçları veya kendi bilgileri doğrultusunda seçilecek evrene ve örnekleme karar verdiği durumlara, amaçlı örnekleme denilmektedir (Güler, Halıcıoğlu, Taşgın, 2015, s.94). Amaçlı örnekleme, araştırmacıya seçilen durumlarda derinlemesine çalışma, zengin bilgi edinme ve olaylara/olgulara detaylı açıklamalar getirme imkânı sunmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2016, s. 118). Araştırmada amaçlı örnekleme yöntemlerinden biri olan ölçüt örnekleme tercih edilmiştir. Ölçüt örnekleme, mevcut olan veya araştırmacı tarafından sonradan belirlenmiş ölçütlere uyan durumların çalışmaya dâhil edilmesiyle gerçekleştirilir (Yıldırım ve Şimşek, 2016, s. 122).

Bu eylem araştırmasında katılımcıların dikkate alınan ölçütleri I) Günlük yaşamlarında etkin medya kullanıcısı olmaları ve II) araştırmaya katılacak öğrencilerin medya okuryazarlık becerisinde eksiklikler olmasıdır. Araştırmada katılımcılar 2018 yılı Sosyal Bilgiler Öğretim Programları uygulanması esnasında uygulamada karşılaşılan sorunun tespit edildiği 7. sınıf öğrencileri ile gerçekleşmiştir. Katılımcıların sosyo-ekonomik düzeyi orta ve üstü grupta yer almakta ve öğrenciler aktif olarak sosyal medya kullanmaktadır.

Araştırmanın gerçekleştirileceği sınıf düzeyin belirlemek için araştırmanın bilgi toplama aşamasında alan uzmanlarından ve sosyal bilgiler öğretmenlerinden görüş alınmıştır. Alan uzmanları ve sosyal bilgiler öğretmenleri, 7. sınıf öğrencilerinin yaş grubunun medyayı daha fazla kullandığı ve medya mesajlarına daha fazla maruz kaldığının, öğrencilerin uygulamalara daha çok katılım sağlayabileceğini ifade etmişlerdir. 8. Sınıflarda medyayı daha fazla kullanmaktadırlar. Fakat liseye giriş için sınav kaygısı fazla yaşadıkları ve sınav baskısı yaşıyor olmaları ve 8.sınıf düzeyinde sosyal bilgiler dersinin yerini T.C İnkılap Tarihi ve Atatürkçülük dersinin alması dersin içeriği ve adı değişmesi sebebiyle bu seviyede uygulama yapılması uygun görülmemiştir. Bu nedenlerle araştırmanın 7. sınıf düzeyinde yapılmıştır.

Araştırmanın gerçekleştirildiği öğrencilerin akademik başarı düzeyi yüksektir. Öğrenciler tablet, telefon evde televizyon gibi teknolojik aletlere sahiptirler. Araştırmanın

yürütüldüğü dönemde Covid 19 sebebi ile eğitimin çevrim içi (online) olarak devam etmesi her öğrencinin teknolojik aletlere sahip olmasına ve daha çok medyaya erişime olanak sağlamıştır. Öğrenciler genellikle derslere katılım göstermişlerdir. Çevrim içi (online) ders sürecinde özellikle bir öğrenci çoğu derslere katılım sağlamamıştır. Öğrenciler derse katılım sağlayamadığı durumlarda okulun isteği üzerine kayıt altına alınan video ders kayıtlarını izlemişlerdir.

Tablo 3.3. Öğrenci Kişisel Bilgileri, Anne, Baba Eğitim Durumu ve Mesleği

Kod isim	Yaş	Akademik başarı	Anne eğitim ve mesleği	Baba eğitim ve mesleği
Ali	12	Yüksek	Lisans, Fizyoterapist	Lisans, Astersubay
Boran	12	Orta	Lisans, Öğretmen	Lisans, Çevre Mühendisi
Melek	12	Orta	Lisans, Sosyal Hizmet Uzmanı	Lisans, Emekli
Beren	12	Yüksek	Lisans, Makine Mühendisi	Lisans, Makine Mühendisi
Irmak	12	Yüksek	Lise, Ev Hanımı	Lisans, Muhasebe
Çınar	12	Orta	Lisans, Muhasebe	Lisans, Makine Mühendisi
Çiğdem	12	Yüksek	Lisans, Emekli	Lisans, Emekli
Elif	12	Yüksek	Lisans, Memur	Lisans, Memur
Eylül	12	Düşük	Lise, Ev hanımı	Lise, Kuaför
Eda	12	Düşük	Lisans, Ev Hanımı	Lisans, Makine Mühendisi
Deniz Su	12	Orta	Lisans, Satış Pazarlama	Lisans, Serbest
Özlem	12	Yüksek	Lisans, Ebe	Lisans, Serbest Meslek
Hakan	12	Orta	Lisans, Okul Müdürü	Lisans, Elektronik Mühendisi
Gülnur	12	Yüksek	Lisans, İşletme	Lisans, Jeoloji Mühendisliği
Murat	12	Yüksek	Lisans, Akademisyen	Lisans, Askeriye
Ezgi	12	Yüksek	Lisans, Ev hanımı	Lisans, Avukat
Emre	12	Yüksek	Lisans, Muhasebe	Lisans, Mali Müşavir
Berkay	12	Orta	Lisans, Muhasebe	Lisans, Serbest Meslek
Yusuf	11	Düşük	Lisans, İşletme	Lisans, Makine Mühendisi
Tuna	12	Düşük	Lisans, Ev hanımı	Lisans, Serbest Meslek
Atahan	11	Düşük	Lise, Ev hanımı	Lisans, İnşaat Mühendisi

Tablo 3.3’de görüldüğü gibi öğrenciler aynı yaş grubundadırlar. Öğrencilerin akademik başarısı, yüksek, orta ve düşük düzeyde şeklinde yer almaktadır. Sınıfta başarılı öğrenciler orta ve düşük düzeye göre daha fazla yer almaktadır. Ayrıca öğrencilerin ders içerisinde ve etkinliklere katılım durumu öğretmen gözlemlerine yüksek olarak yansımıştır. Öğrencilerin anne ve baba eğitim durumu lisans ve lise mezunu şeklindedir.

3.2.2.2. Öğretmen

Araştırmada aynı zamanda uygulayıcı olan öğretmen sosyal bilgiler eğitiminde yüksek lisans yapmış ve doktora öğrencisi olarak eğitim durumu devam etmektedir. Öğretmen uygulamanın yapıldığı okulda dört yıldır sosyal bilgiler öğretmeni olarak devam etmekte ve aynı zamanda zümre başkanı olarak görev almaktadır. Öğretmen çalışma grubu ile üç yıldır birlikte çalışmaktadır.

3.2.2.3 Geçerlik komitesi üyeleri

Geçerlik komitesi dört kişiden oluşmaktadır. Komite üyeleri Eğitim Fakültesi, Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi Bölümü, Sosyal Bilgiler Eğitimi Anabilim Dalı öğretim üyesi olarak görev almaktadırlar. Komite üyelerinin nitel araştırma yöntemleri, vatandaşlık eğitimi, çocuk hakları, sosyal bilgilerde dijital vatandaşlık, teknolojinin kullanımı, web 2. Araçlarının sosyal bilgilerde kullanımı, eleştirel becerinin geliştirilmesi, ters-yüz sınıf uygulamaları, sosyal adalet gibi alanlarda çalışmaları bulunmaktadır.

3.3. Verilerin Toplanması

Eylem araştırmasının amacı, değişim ve gelişimi sağlamak olduğu için ihtiyaç duyulan her türlü veri toplama tekniği kullanılabilir (Gürgür 2017; Johnson, 2012; Mertle, 2012). Farklı veri toplama araçlarından yararlanılması, araştırılan konuyu birçok boyutuyla ortaya koyan nitelikli bir eylem araştırması yapılmasına katkı sağlayacaktır. Toplanan verilerin niteliğini artırmak çeşitli kaynak verilerden yararlanarak bunlar arasında karşılaştırmalar yapmak verilerin geçerliğini ve güvenliğini teyit edilmesini sağlar (Yıldırım ve Şimşek, 2011). Eylem araştırması sürecinde farklı veri toplama teknikleri vardır. Genel olarak kullanılan teknikler; deneyimlere dayalı teknikler, sorgulamaya dayalı teknikler ve incelemeye dayalı teknikler olarak sınıflandırıldığı görülmektedir. Deneyime dayalı tekniklerde araştırmacı veri toplama sürecine katılabilir. Bu teknikte aktif ve pasif katılım katılımcı gözlem, saha notları, toplantı tutanakları ve gözlemler gibi veri toplama araçları arasında gösterilebilir. Sorgulamaya dayalı teknikte yarı-yapılandırılmış, yapılandırılmış görüşmeler, testler, anketler, kontrol listeleri, öz değerlendirme formları gibi veri toplama araçları ile veriler toplanır. İncelemeye dayalı tekniklerde ses kayıtları, video kayıtları, günlükler, planlar, öğrenci ürünleri, internet kayıtları, e-postalar, haritalar, arşiv kayıtları veri toplama araçlarını içerir (Kuzu, 2009). Bu araştırmada veri toplanması

sürecinde farklı veri toplama tekniklerinden yararlanarak veriler zenginleştirilmeye çalışılmıştır. Araştırmada sorgulamaya dayalı olarak yarı- yapılandırılmış görüşmelerden, incelemeye dayalı teknikler olarak ses ve video kayıtlarından, öğrenci ürünlerinden ve deneyime dayalı olarak araştırmacının saha notlarının kayıt edildiği araştırma günlüğünden yararlanılmıştır.

3.3.1. Görüşme

Eylem araştırmalarında birincil elden yapılan görüşmeler araştırma için önem taşımaktadır. Görüşmeler en az iki kişi arasında sözlü olarak sürdürülen bir iletişim sürecidir (Büyüköztürk ve diğerleri 2012, s. 150). Görüşme yolu ile insanların duygu, düşünce, tutum ve hislerinin neler olduğunu ortaya çıkarabilir. Bu araştırmada kullanılan veri toplama tekniklerinden biri de görüşmelerdir (Ekiz, 2013, s. 62). Araştırmaya katılan bireylerin algılarını, tepkilerini ve deneyimlerini öğrenme konusunda bireysel ya da odak grup görüşmeleri etkili bir veri toplama aracıdır. Bir görüşme çeşitli biçimlerde yapılandırılmış, yarı yapılandırılmış ve yapılandırılmamış olarak yapılabilir (Yıldırım ve Şimşek, 2011). Yarı yapılandırılmış görüşmeler hem sabit seçenekli cevaplamayı hem de ilgili alanda derinlemesine gidilmesini ve birleştirmeyi içerir (Büyüköztürk ve diğerleri 2012, s. 151). Bu araştırma yarı-yapılandırılmış görüşmeler ile yapılmıştır. Görüşme süreci, görüşme formunun oluşturulması ve görüşmelerin yapılması şeklinde iki boyut altında açıklanmıştır.

3.3.1.1. Öğrenci Görüşme Formunun Oluşturulması

Nitel araştırmalarda en sık kullanılan veri toplama aracı olarak görüşmeler karşımıza çıkmaktadır. Görüşme sürecinde kullanılmak üzere görüşme formu oluşturulur. Görüşme formları, araştırma problemi ile ilgili tüm boyutlarının görüşme sorularının kapsanmasını sağlamak için geliştirilmiş bir yöntemdir (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s. 19). Görüşme formu geliştirilmesi sürecinde görüşme sorularının özenli bir biçimde geliştirilmesi ve gerekli verilerin elde edilmesi açısından önem taşır. Bu araştırmada görüşme soruları oluşturulurken alanyazın incelemeleri yapılmış, uzman görüşleri alınmış ve pilot uygulama yapılmıştır.

Görüşme sorularının oluşturulmasında medya okuryazarlığının tüm boyutlarının kapsaması temel alınmıştır. Bu amaçla medya okuryazarlığının alan yazındaki kavramsal olarak çerçevesi incelenmiş, medya okuryazarlığı üzerine yapılan çalışmalarda görüşme

soruları incelenmiştir. Buna göre görüşme soruları medya okuryazarlığının farkındalık için, Medya mesajı denince ne anlıyorsun? Medya dili ya da çekiciliği deyince senin için ne anlam ifade ediyor?, Medya mesajında hedef kitlesi deyince senin için ne anlam ifade ediyor? Boyutlarında hazırlanmıştır. Örneğin öğrencilerin medya okuryazarlığı algısını ölçmek için medya nedir? Medya okuryazarlığı deyince ne anlıyorsun? soruları sorulmuş, farkındalık becerisini ölçmek için İletilen medya mesajlarının amaçları neler olabilir?, Medya mesajının temsiliyeti deyince ne anlıyorsun? sorusu sorulmuştur.

Erişim becerisi için, Hangi medya kaynaklarından yararlanıyorsun?, Medya araçlarında yer alan bir bilgiye ulaşma konusunda, gerekli durumlarda içeriği sınırlandırma (filtreleme) araçlarını nasıl kullanıyorsun?, Bilgiye ulaşma konusunda medyanın hangi kaynaklarını tercih ediyorsun ve neden? boyutunda hazırlanmıştır. Örneğin öğrencilerin erişimde sorumluluklarına yönelik algılarını ölçmek için Bir vatandaş olarak medya araçlarından yararlanırken sorumlulukların konusunda ne düşünüyorsun? Bu sorumluluklarından isteyip de yapamadıkların var mı? Şeklinde sorular sorulmuş, erişim becerisini ölçmek için, E-devlet, E-okul uygulamaları, belediye hizmetleri, vatandaşlık işlerimle ilgili konularda, medya araçlarını nasıl kullanıyorsun? Örnek verebilir misin? şeklinde sorular sorulmuştur.

Analiz ve değerlendirme becerisi için, Bir medya ürünü ile karşılaştığında neler dikkatini çekiyor?, Örnek verebilir misin?, Senin üzerinde çok etki bırakan bir mesaj oldu mu?, Boyutunda sorular hazırlanmıştır. Örneğin bu becerinin algısına yönelik Bir medya ürününü ile karşılaştığında nasıl yorumluyorsun?, Bir medya mesajının amacını nasıl anlıyorsun? Örnek verebilir misin? Şeklinde sorular sorulmuştur. Analiz ve değerlendirme becerisini ölçmek için Aynı mesajı farklı medyalarda (TV, Radyo, İnternet vb.) görmen sen de farklı etkiler oluşturuyor mu?, Bir konu hakkında ihtiyaç duyduğum bilgi türünü (haber, veri, görüntü, istatistik, makale, görüş vb.) içeren medya kaynağının doğruluğuna nasıl karar veriyorsun? şeklinde sorular sorulmuştur.

Üretim becerisi için, medya ürünlerini oluştururken neler amaçlıyorsun?, Medya ürünü oluştururken hangi araçlar/kaynaklardan yararlanıyorsun? Boyutunda sorular sorulmuştur. Örneğin üretim becerisinin algısına yönelik Medya ürünü oluştururken nelere dikkat ediyorsun?, bu beceriyi ölçmek için, Sen hiçbir medya ürünü oluşturdu mu? Ne tür medya içerikleri oluşturuyorsun? Medya ürünü oluştururken neyi hedefleyerek üretiyorsun? Amacın: eğlence mi? Bilgilendirmek mi? ikna etmek mi? Şeklinde sorular

hazırlanmıştır.

Paylaşım becerisi için Sen hiçbir medya ürünü oluşturdu mu? Ne tür medya içerikleri oluşturuyorsun?, boyutunda hazırlanmıştır. Örneğin öğrencinin paylaşım algısına yönelik Hangi kitleye iletirsin? Ve kimlerle paylaştın?, Paylaşma amacı nedir? şeklinde sorular sorulmuştur. Paylaşım becerisini ölçmek için Oluşturduğun bu medya ürününü farklı türdeki (görüntü, ses, yazı, vb.) medya içeriklerini uygun medya araçlarını belirleyerek, hangi medya ortamlarında paylaştın? Neleri paylaşıyorsun? Neden orda paylaştın? Şeklinde sorular sorulmuştur.

Aktivizm becerisi için, medya ürünlerinde seni rahatsız eden içerikler var mı? Medya mesajlarında hangi içerikler seni rahatsız eder? Boyutunda hazırlanmıştır. Örneğin öğrencinin aktivizm becerisi algısına yönelik Medya içeriklerinden rahatsız olduğunda neden tepki göstermezsin? Medya içeriklerinden rahatsız olduğunda neler yapıyorsun? Nasıl tepki gösterirsin?, şeklinde sorular sorulmuş, aktivizm becerisi için Medya içeriklerinde seni rahatsız eden içeriklerle karşılaştığında başvurabileceğin yerleri biliyor musun? Ya da alabileceğin önlemleri biliyor musun? Sorusu sorulmuştur. Görüşme soruları öğrencilerin bilgi düzeyini algısını ve becerilerini ölçmek amacıyla hem teorik hem de uygulamalı etkinlik soruları oluşturulmuştur. Uygulamalı sorular öğrencilerin medya okuryazarlığı becerisini ölçebilmesi için bir reklam üzerinde yapılmıştır. Böylece öğrencilerin medya okuryazarlığı konusundaki bilgi, beceri ve tutumları birlikte sorgulanmış ve öğrencilerin okuryazarlığı becerisindeki temel eksiklikleri belirlenmiştir. Araştırmada yapılan ön görüşmede öğrencilere Medya ürünü deyince ne anlıyorsun? Sorusu sorulmuştur. Fakat son görüşmede bu soruya ihtiyaç duyulmamıştır. Araştırmada kullanılan Öğrenci Görüşme Formu EK-5’de verilmiştir.

Görüşme sorularının geçerliği için e-posta yolu ile sorular beş uzmana gönderilmiştir. Uzmanların görüşleri doğrultusunda medya okuryazarlığı alt beceriler kapsamında özellikle analiz ve değerlendirme becerisine soru eklemeleri yapılmıştır. Görüşme sorularının oluşturulmasından sonra pilot uygulama yapılmıştır. Pilot uygulama üç öğrenci ile çevrim içi (online) görüşmeler yapılmıştır. Pilot uygulamalardan sonra iki soru aynı anlama geldiği için formda düzenlemeye gidilmiştir.

3.3.1.2. Görüşmelerin Yapılması

Bu araştırmada öğrencilerin medya okuryazarlığı becerisindeki gelişmeleri belirlemek ve öğrencilerin uygulamalara ilişkin değerlendirmelerini belirlemek için yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. Bu araştırmalarda yapılan görüşmeler ön ve son görüşmeler olarak uygulama öncesi ve uygulama sonrasında gerçekleştirilmiştir.

Araştırmada öğrencilerin medya okuryazarlığı becerilerinde mevcut durumlarını ve eksikliklerini belirlemek için ön görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Araştırmada yapılandırılmış görüşmeler 20 öğrenci ile yapılmıştır. İlk görüşmeler Ocak ayı 2021’de yapılmıştır. Öğrencilerle yapılan ön görüşmeler Covid-19 sebebi ile online olarak Zoom programı üzerinden gerçekleştirilmiş ve görüşmeler video olarak kayıt altına alınmıştır. Son görüşmeler yüz yüze ders sonrası okulda yapılmıştır. Ön ve son görüşmede yirmi öğrenci ile görüşme gerçekleşmiştir. Araştırmada uygulama bittikten sonra son görüşmeler yapılmıştır. Son görüşmelerin temel amacı öğrencilerin medya okuryazarlığı boyutundaki gelişmeleri ortaya koymaktır. Araştırmada son görüşmeler uygulama bittikten sonra Ekim-Kasım 2021’de okulda yüz yüze sınıflarda yapılmıştır. Yüz yüze görüşmelerin tamamı ses kayıt cihazıyla kaydedilmiştir. Görüşmeler sürecinde görüşme formunda yer alan sorular temel alınmıştır. Bununla birlikte gerektiği durumlarda öğrencilere ek sorular yöneltilmiştir. Örneğin ön görüşmelerde medya ürününe anlama gelmektedir? şeklinde ek sorular yöneltilmiştir.

Görüşmelerde katılımcıların duygularını, düşüncelerini ve görüşlerini rahatlıkla ifade edebilmeleri için farklı stratejiler izlenmiştir. Öncelikle görüşme esnasında kullanılan son soruların araştırmacı tarafından karşılıklı diyalog halinde verilen tepkilerin yönlendirici olmaması için çaba harcanmıştır. Araştırmacı, katılımcıların söylemlerinin tam olarak anlaşılmadığı durumlarda “Ne demek istediğini açıklar mısın?”, “Buna bir örnek verebilir misin?” gibi sorularla katılımcının söylemlerine açıklık getirmeye çalışmıştır. Bununla birlikte bütün görüşmeler katılımcıların söylemlerini rahat hissedeceği bir iklimde yapılmaya çalışılmıştır. Katılımcılara görüşmenin amacını, verilerin sadece bilimsel amaçlı olarak kullanılacağını, bilgilerin gizli tutulacağını, araştırmacının bu görüşmeleri gizli tutacağı konusunda detaylı bilgilendirme yapmıştır. Öğrenciler ile yapılan ön ve son görüşme tarihi, görüşme süresi Tablo 3.3.’de gösterilmiştir.

Tablo 3.4. Görüşme tarih ve süreleri

Öğrenci (Kod isim)	Ön görüşme		Son görüşme	
	Tarih	Süre	Tarih	Süre
Irmak	04.02.2021	35.dk	06.12.2021	90.dk
Ali	04.002.2021	20.dk	08.12.2021	87.dk
Deniz Su	05.02.2021	25.dk	09.01.2021	60.dk
Boran	05.02.2021	20.dk	17.12.2021	56.dk
Beren	06.02.2021	30.dk	13.12.2021	85.dk
Çiğdem	06.02.2021	20.dk	10.12.2021	80.dk
Eda	06.02.2021	30.dk	21.12.2021	75.dk
Elif	06.02.2021	30.dk	23.12.2021	88.dk
Eylül	07.02.2021	29.dk	07.12.2021	55.dk
Çınar	07.02.2021	33.dk	12.13.2021	80.dk
Murat	07.01.2021	33.dk	28.12.2021	88.dk
Tuna	07.02.2021	20.dk	15.12.2021	45.dk
Yusuf	07.02.2021	27.dk	24.12.2021	50.dk
Berkay	08.02.2021	28.dk	20.12.2021	80.dk
Emre	08.02.2021	26.dk	17.12.2021	70.dk
Gülner	09.02.2021	30.dk	16.12.2021	72.dk
Özlem	10.02.2021	33.dk	30.12.2021	84.dk
Hakan	10.02.2021	30.dk	29.12.2021	85.dk
Ezgi	11.02.2021	32.dk	27.12.2021	82.dk
Melek	11.02.2021	20.dk	14.12.2021	58.dk
Tuna	12.02.2021	20.dk		

3.3.2. Gözlem ve video kayıtları

Nitel araştırmalarda en yaygın olarak kullanılan veri toplama yöntemlerinden biri gözlemdir. Gözlem herhangi bir ortamda ya da kurumda oluşan davranışı ayrıntılı olarak tanımlamak amacı ile kullanılan bir yöntemdir (Yıldırım v. Şimşek, 2011, s169) Bu araştırmada gözlem tekniğinden yararlanılmıştır. Gözlem araştırmada ihtiyaç duyulan verilerin insan, toplum ya da doğa gibi belli hedeflere odaklanarak doğrudan veya bir araç kullanılarak izlenmesi suretiyle toplanması sürecini tanımlar (Büyüköztürk ve diğerleri, 2012, s140). Gözlemlerde kayıt cihazları ve ses kayıt cihazları gözleme dayalı araştırmalarda sık başvurulan kayıt teknolojilerin başında gelir. Video kayıt cihazları gözlem çalışmalarında önemli bir yer tutar. Video kayıt cihazı ile kayıt altına alınan görüntülerin defalarca izlenmesi ve ortamda olan olayların ve süreci ayrıntılı olarak tanımlanması mümkündür (Yıldırım ve Şimşek, 2011). Araştırmanın gözlem verileri video kayıtları aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. Sınıfta yüz yüze gerçekleştirilen etkinlikleri video kaydına almak amacıyla kamera kullanılmıştır. Gözlem verilerini kaydetmek için kullanılan kamera öğrenci ve araştırmacıyı kaydedecek şekilde yerleştirilmiştir. Covid 19 sebebi ile çevrimiçi (online) olarak gerçekleştirilen dersler ise Zoom programı ile kayıt altına alınmıştır.

Araştırma süresince etkinliklere yönelik oluşturulan bütün video ders kayıtları, ilk olarak araştırmacı tarafından makro düzeyde incelenmiş ve uygulanan etkinlik gözlemlenmiştir. Video ders kayıtları düzenli olarak bilgisayar ortamına aktarılmış ve analiz sürecinde kayıtlar izlenerek transkript edilmiştir. Araştırmacı, uygulama sürecinde her etkinlik ile ilgili video kayıtlarını makro olarak analizi yaptıktan sonra geçerlik komitesi toplantılarında geçerlik komitesi üyelerine sunmuştur. Geçerlik komitesi üyeleri, video kayıtları aracılığı ile uygulama sürecini gözlemlemişlerdir. Araştırmada yapılan gözlem süreçlerine ilişkin bilgiler Tablo 3.4’te gösterilmiştir.

Tablo 3.5. Geçerlilik Komitesi Gözlem Bilgileri

Medya okuryazarlığı boyutları	Eylem planı	Gözlem yeri	Gözlem tarihi Saat	Gözlem süresi	Karar
Farkındalık	I.ve II. Ders uygulaması	Online	19.03.2021	80.dk	Ek plan
Erişim	III. ve IV. Ders uygulaması	Online	27.03.2021	70.dk	Geliştirilmeli
Analiz ve değerlendirme	V. ve VI. Ders uygulaması	Online	18.04.2021	70.dk	Beceride gelişim sağlanmıştır.
Üretim	VII. ve VIII Ders uygulaması	Online	26.04.2021	65.dk	Beceride gelişim sağlanmıştır
Paylaşım	IX. ve X. Ders uygulaması	Online	20.05.2021	65.dk	Beceride gelişim sağlanmıştır
Aktivizm	XI. ve XII Ders uygulaması	Online	24.05.2021	70.dk	Beceride gelişim sağlanmıştır

Araştırmada geçerlilik toplantıları Covid-19 sebebi ile online olarak gerçekleştirilmiştir. Araştırmacı toplantı tarihinden önce video ders kayıtlarını Google Drive üzerinden e-posta yolu ile komite üyelerine göndermiştir. Komite üyeleri toplantı öncesi video ders kayıtlarını izleme fırsatı bulmuşlardır. Araştırmacı uygulama sürecinde aynı anda tüm detayları farkına varamayabilir. Bunun önüne geçebilmek için uygulama süresince kayıt cihazları kullanabilir (Büyüköztürk ve diğerleri, 2012). Uygulama süresince uygulamanın kayıt edilmesi katılımcıların etkileşimlerinin ve süreçte olup bitenin daha iyi anlaşılması için önemli veri kaynağıdır (Pala,2020). Bu kayıtlar ses kaydı veya video kaydı gibi çeşitli teknolojik biçimler şeklinde kullanılabilir (Mills, 2003). Bu araştırmada medya okuryazarlığı becerisini geliştirme sürecinde bütün uygulamalar video kaydı olarak kayıt altına alınmıştır. Öğrencilerin ön görüşmeleri video kaydı olarak son görüşmeleri ise ses kaydı olarak kayıt altına alınmıştır.

3.3.3. Araştırmacı Gnlg

Araştırmacı gnlg araştırmacının uygulama süresince araştırmaya dair gözlemlerini ve düşüncelerini kayıt altına almak için not tutarak kullandığı bir defterdir. Araştırmacının kendi gözlemlerini, bazen de tepkilerini yansıttığı notlardır (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s. 301). Nitel araştırmalarda günlükler ve alan notları önemli bir veri toplama aracı olarak kullanılmaktadır (Creswel, 2005). Günlükler araştırmalarda bireysel gözlemlere, duygulara, tepkilere, yorumlara ve açıklamalara ulaşmada yararlı olabilirler (Yıldırım ve Şimşek, 2011). Günlükler araştırmacının uygulama sürecinde aldığı notlar eylem araştırmasının veri kaynaklarındandır (Mills, 2003, s. 55). Araştırma sürecinde araştırmacı notlarının, yoruma açık bir biçimde tutulmamasına, olabildiğince açık ve betimsel olmasına zen gösterilmelidir. Yoruma açık notlar yeteri veriye dayanmadan yapılmış olabilir, bu durum araştırmacının ulaştığı sonuçların geçerliliğini olumsuz yönde etkileyebilir (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s.301; Büyüköztürk ve diğerleri, 2012, s. 147).

Araştırmacı, araştırma süreci boyunca sosyal bilgiler ğretmeni olarak sınıf deneyimlerini yansıtmak için günlük tutmuştur. Araştırmacı gnlgn, araştırma konusunu düşünmeye başladıktan sonra düzenli olarak tutmaya başlamıştır. Araştırmacı, araştırma konusunun belirlenmesi, eylem planlarının geliştirilmesi, eylem planlarının uygulanması ve sonuçlandırılması sürecinde araştırmanın her basamağında yaşadıkları, deneyimlerini izlenimlerini, yazmıştır. Araştırmacı eylem planlarının uygulanması sürecinde karşılaştığı zorlukları, görüşmeleri, sosyal medya üzerinden yazışmaları, araştırmacının ihtiyaç duyduğu uzman görüşlerini, geçerlik komitesinin kararları gibi durumlarla ilgili notlar almıştır. Araştırmacı gnlgnden ilgili olan notlar araştırma bulgularının desteklenmesinde doğrudan alıntı olarak kullanılmıştır.

3.3.4. Öğrenci rnleri

Eylem araştırmalarında bir ders kapsamında yazılan yazılar ya da öğrencinin yansıtmamasına ya da yorumuna yön veren ödevler, öğrencinin becerisi, tutumları, motivasyonu, algıları ve tepkileri konusunda önemli veri kaynakları olarak kullanılabilir (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s. 301). Bunun yanı sıra ğrenci ürünleri, performansları, yazı örnekleri, ğrenci projeleri, okul gazeteleri gibi kaynaklar da veri olarak kullanılabilir (Gürgür, 2017, s. 63). Yapılan bu çalışmalar uygulama süresince neler olduğunu ve araştırmada kazandırılmak istenen beceriye yönelik önemli ipuçları sağlarlar. Bu aşamada ğrenci ürünlerinin tamamının toplanmasına gerek yoktur. Uygulama sürecinin

öğrenenlere araştırma sorusuna cevap verecek ve uygulamaların etkilerini ortaya koyabilecek nitelikte çalışmalar seçilebilir (Johnson, 2015; Mills, 2003).

Bu araştırmanın amacı olan sosyal bilgiler dersinde öğrencilerin medya okuryazarlığı becerisini geliştirmenin etkili bir şekilde nasıl geliştirilebileceğini belirlemek için araştırmanın uygulama süreci ve bu süreçteki öğrenci ürünleri değerlendirilmiştir. Eylem planları öğrencilerin yaparak yaşayarak etkin katılıma öğrenmeye dayalı olarak planlanmıştır. Araştırma sürecinde öğrenciler bireysel veya gruplar halinde çalışarak birçok farklı ürün ortaya koymuşlardır. Medya okuryazarlığı her alt becerisine yönelik olarak medya ürünü oluşturma, slogan hazırlama, afiş tasarlama, gazete çıkarma, proje hazırlama, dilekçe yazma yapılan etkinliklere örnek olarak gösterilebilir. Öğrencilerin uygulama süreci boyunca ortaya çıkardıkları ürünler uygulamanın niteliği ve bu sürecin nasıl işlediğine dair kanıtlar olarak kullanılmıştır. Araştırma boyunca öğrencinin geliştirdiği ürünler Tablo 3.5’te verilmiştir.

Tablo 3.6. *Araştırmada geliştirilen öğrenci ürünleri*

Medya okuryazarlığının boyutları	Eylem planı	Öğrenci ürünleri	Geliştirme biçimi
Farkındalık	I.ve II. ve ek eylem planı	Afiş hazırlama, reklam analizi yapma.	Bireysel/grup
Erişim	III. ve IV. Ders planı	Çalışma yaprakları	Bireysel
Analiz ve değerlendirme	V. ve VI. Ders planı	Çalışma yaprakları, Haber analizi.	Bireysel
Üretim	VII. ve VIII. Ders planı	Gazete çıkarma, Proje hazırlama.	Bireysel/grup
Paylaşım	IX. ve X. Ders planı	Slogan üretme, poster tasarlama ve paylaşma, Gazete paylaşma, Proje sunumu yapma.	Bireysel/grup
Aktivizm	XI. ve XII. Ders planı	Örnek dilekçe yazma.	Bireysel

Eylem planları kapsamında geliştirilen öğrenci ürünleri şunlardır:

Reklam analizi: Ders uygulamasından sonra öğrencilere ev ödevi şeklinde izledikleri herhangi bir reklamın analizi yaptırılmıştır. Öğrenciler, reklamda ilgilerini çekmek için neler kullandıklarını, ikna etmek için nelere başvurduklarını, reklamın hedef kitlesinin kimler olduğuna yönelik reklam analizi yapmışlardır.

Afiş hazırlama: Medya araçlarının kullanımına ilişkin öğrenciler grup şeklinde afiş hazırlamışlardır. Öğrencilere afişte kullanılan dilin, görsellerin, renklerin neden kullandığına yönelik açıklamalar istenmiş, hedef kitlesinin kimler olduğunu açıklamaları istenmiştir. Hazırlanmış olan afişler okulun sosyal medya sayfasında paylaşılmıştır.

Çalışma kâğıdı: Erişim becerisine yönelik bilginin güvenliği, resmi sayfa, ticari sayfa ayrımı, vatandaş olarak medyadan yararlanma gibi bilgileri içeren çalışma kâğıdı etkinlik olarak verilmiştir. Analiz ve değerlendirmeye yönelik çalışma yapraklarında ise aynı haberin farklı şekillerde sunulmasına yönelik karşılaştırma yapabilecekleri bireysel çalışmalar yapmıştır.

Gazete çıkarma ve Proje hazırlama: Dijital teknolojilerin üretim, dağıtım ve tüketim ağında meydana getirdiği değişimlerine yönelik öğrenciler “Sosyal Bilgiler Gazetesi” ve “Üreten Tüketiciler Olmalıyız” adlı bir proje hazırlamışlardır. Bu proje çalışmasında öğrenciler, problem durumunu dijital teknolojinin üretim, dağıtım ve tüketime etkilerinin neler olduğunu, ülkemizin ekonomisine katkı sağlaması için neler yapılabileceğine yönelik belirlemişlerdir. Projenin amacını insanların dijital teknolojinin üretim, dağıtım ve tüketimde olumsuz yönlerinin kullanımını engellemek ve verimli hale getirmeye dikkat çekmek şeklinde ifade etmişlerdir. Gazete yazılarının içeriğini bu amaç doğrultusunda oluşturmuşlardır. Proje önerisinde dijital teknolojinin yararlı amaçlar doğrultusunda kullanıldığı takdirde zararlı olmayacağını, bu konuda insanların bilinçlendirilmesi, E-ticaret ile ilgili fikri olmayan kişilerin bile bilgilendirilmesi ve ülke ekonomisini geliştirmek için e-ticaretten yararlanılmasını önermişlerdir. Proje sonunda poster sunumu ile ülkemizin dünya e-ticareti kullanan ülkeler ile kıyaslandığında geride olduğunu tespit etiklerini ifade etmiş ve bunun için çalışmanın yapılması gerektiği sonucuna ulaşmışlardır. Öğrenciler bireysel ve grup şeklinde çalışmalar yapmışlardır.

Slogan üretme, poster tasarlama ve paylaşma, gazete paylaşma, proje sunumu yapma: Öğrenciler paylaşma yönelik önce kendi sloganını üretmiş daha sonra medya araçlarından yararlanarak poster hazırlamışlardır. Posterler okulun sosyal medya sayfasında yayınlanmıştır. Çıkarılan gazete internet aracılığıyla dijital olarak velilerle paylaşılmıştır. Öğrenciler proje sunumunu online olarak velilere yapmışlardır.

Örnek dilekçe: Öğrenciler medya içeriklerinde yer alan ve rahatsız oldukları durumlara ilişkin yetkili kuruma bir örnek dilekçe yazmışlardır.

3.4. Verilerin Analizi

Veri analizi süreci, verilerin düzenlenmesi, araştırma soruları çerçevesinde betimlenmesi ve yorumlanması aşamalarından oluşur (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s. 303). Araştırmalarda veri analizi hem veri toplama sürecinde hem de veri toplama bittikten sonrada devam eder (Büyüköztürk ve diğerleri, 2012, s.240). Veri analiz süreci eylem araştırmalarında veri toplama ile birlikte yürütülür ve sürekli tekrarlayan sistematik bir süreçtir. Eylem araştırmalarında verileri toplarken analiz etmenin nedeni, gerçekleştirecek sistematik döngüye geçerli ve güvenilir bir zemin oluşturmak, elde edilen bulgular doğrultusunda devam etmekte olan ve sonraki eylem planlarında uygulanması verilecek kararlara dayanak oluşturmak. Diğer bir ifadeyle eylem araştırmalarında verileri toplarken analiz amacı; araştırma sorularına cevap vermek ve eylem araştırması döngüsündeki bir sonraki eylemi planlamak biçiminde ifade etmektedirler (Mac Naughton ve Hughes, 2008; Gürgür, 2017, s .66).

Alanyazın incelendiğinde eylem araştırması esnasında elde edilen verilerin eş zamanlı olarak analiz edilme sürecine sistematik analitik analiz yaklaşımı olarak aktarılır (Altrichter vd., 1993; Gürgür, 2017; Milles ve Huberman, 1984). Bu araştırmada veri analizi öğrenciler ile mevcut durumu belirlemeye yönelik yapılan görüşmelerin video kayıt altına alınması ile veriler elde edilmiş ve analiz süreci başlamıştır. Yapılan görüşmelerin kodları çıkarılmış, içerik analizi yapılarak veri toplama süreci başlamıştır. Uygulama sürecinde video ders kayıtları, öğretmen günlüğünü ve öğrenci ürünlerinin analizi yapılmıştır. Elde edilen veriler incelenerek medya okuryazarlığına yönelik veriler seçilmiştir. Veriler, medya okuryazarlığı alt becerilerine göre kodlanmıştır. Veriler öncelikle araştırmacı tarafından yorumlanmış daha sonra geçerlik komitesine sunulmuş ve yorumlanarak tartışılmıştır. Bu veri analizleri sonucunda geçerlik komitesi kararı ile etkinliklerin planlanması ve yürütülmesine devam edilmiştir. Elde edilen veriler toplanarak veri analiz süreci döngüsünde tekrar başa dönmüştür. Araştırmamızda veri analiz süreci aşağıdaki şekil 3.4’te gösterildiği gibi gerçekleşmiştir.

yayıntılı olarak içerik analizi yapılmasıyla gerçekleştirilmiştir.

Araştırmacı uygulama sürecinde whatsapp ve goole ciosroom üzerinden yapılan yazışmaları ve yazılı olarak gerçekleştirilen bu görüşmeler sırasında önemli gördüğü yerler ile ilgili notlar almış veri olarak kullanmıştır. Araştırmacı, uygulama süresince her bir etkinliğe yönelik video kayıtlarını düzenli olarak makro analizlerini yaparak yazılı forma aktarmıştır. Uygulama sürecinde veri toplama ile eş zamanlı düzenli olarak gerçekleştirilen ve makro düzeyde analiz olarak adlandırılan süreç takip edilmiştir. Eylem araştırmalarında verilerin süreç içerisinde hızlıca toplanması ve gözden geçirilmesi verileri özetlemek anlamına gelmektedir (Gürgür, 2017, s.68). Elde edilen bu analizler ile video kayıtları düzenli toplanan geçerlik komitesi toplantılarında geçerlik komitesi üyelerine sunulurken veri analiz sürecine katkı sağlamıştır. Bu durum araştırmacının uygulama sürecinde verileri toplarken ve değerlendirirken farklı bakış açılarını işin içine katmak eylem araştırmasının kalitesini artırmak için uygulanabilir ve etkili bir çözüm olacak, bakış açısının farklılaşması araştırmacının daha kaliteli olması şeklinde yorumlanabilir (Büyüköztürk vd., 2012, s260).

Eylem planlarının uygulaması sürecinde elde edilen verilerin analizi ışığında eylem planında gerekli düzenlemeler ve geliştirmeler yapılmıştır. Analizler doğrultusunda düzeltmeler uygulamaya geçirilmiştir. Eylem araştırması süreci, verilerin toplanırken analizinin düzenli olarak gözden geçirilmesi ve özetlenmesi ortaya çıkan bulgular ışığında araştırmacının devam etmesi önemlidir (Gürgür, 2016, s.69). Araştırmacı, araştırmacının nesnelliği açısından uygulama sürecinde hem uzman görüşü hem de geçerlik komitesi üyelerinin görüşlerini almak için her bir eylem planının uygulamasında sonra yapılan etkinliklerin verilerini makro düzeyde inceleyerek verileri özetlemiştir.

Araştırmacının uygulama süreci tamamlandıktan sonra veriler tekrar gözden geçirilerek mikro düzeyde analiz yapılmıştır. Nitel araştırmalarda araştırma sonlandığında tüm bulgu ve yorumlar dikkate alınarak araştırmacının sonucuna ulaşılır. İçerik analizinde belirli kurallara dayalı kodlamalarla bir metnin bazı sözcüklerini daha küçük içerik kategorileri ile özetlediği sistematik, yenilenebilir bir teknik olarak tanımlanabilir ((Büyüköztürk vd., 2012, s.240). İçerik analizinde dört aşamadan veri analizi yapılır. Bu aşamalar: Verilerin kodlanması, temaların bulunması, kodların ve temaların düzenlenmesi ve bulguların tanımlanması ve yorumlanması (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s.227).

Verilerin kodlanması; araştırmacı elde ettiği bilgileri inceleyerek anlamlı bölümlere

ayırmaya ve her bölümün kavramsal olarak ne anlam ifade ettiğini bulmaya çalışır. Araştırmacı bu aşamada ilk olarak verileri araştırmanın amacı çerçevesinde kodlamaya çalışarak medya okuryazarlığı bölümlerine ilişkin ayırmaya çalışarak, kodlamaya çalışmıştır. Temaların bulunması; İlk aşamada ortaya çıkan kodlardan yola çıkarak veriler genel düzeyde açıklanabilen ve kodların belirli kategoriler altında toplanabilen temaların olması gerekmektedir. Araştırmacı bu aşamada verileri medya okuryazarlığı becerisinin alt temalarına ulaşmaya çalışmıştır. Verilerin kodlara ve temalara göre düzenlenmesi: İlk aşamadaki ayrıntılı kodlama ve ikinci aşamadaki kodlama sonucunda araştırmacı elde ettiği verileri düzenleyeceği bir sistem oluşturur. Bu aşamada veriler okuyucunun anlayabileceği bir dilde tanımlanması, açıklanması ve sunulması önemlidir (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s.237).

Araştırmacı içerik analizi ile verileri araştırmanın konusunu doğrudan resmedilmesi, konunun tanımlanması ve açıklanmasını amaçlar. Bu amaçla elde edilen veriler sistematik olarak açık bir biçimde betimlenir, araştırmanın soruları dikkate alınarak oluşturulan çerçeve içerisinde analiz edilen verilerden kodlar ve temalar oluşturularak analiz yapılır. Daha sonra analizlerden elde edilen veriler derinlemesine açıklanır ve araştırma için yorumlanır (Creswell, 2008, s. 601; Ekiz, 2013, s. 75-76; Yıldırım ve Şimşek, 2016, s. 239-240; Türe, 2018).

Son olarak uygulama süreci tamamlandıktan sonra yapılan mikro düzeydeki veri analizi; verilerin yazılı forma aktarılması, içerik analizi için kodlama temaların bulunması ve verilerin kodlara ve temalara göre düzenlenmesi ve tanımlanması ile tüm verilerin tekrar gözden geçirilmesi, verilerin kodlanması karşılaştırılması, bulguların tanımlanması ve yorumlanması aşamalarından oluşmuştur.

3.4.1.Verilerin yazılı forma aktarılması

Bu araştırmada uygulama başlamadan öğrencilerde mevcut durumu belirlemek için yapılan görüşmeler videolar kayıt altına alınmış ve yazılı forma aktarılmıştır. Uygulama süreci ve uygulama tamamlandıktan sonra etkinliklere yönelik video ders kayıtları yazılı forma aktarılmıştır. Uygulama süreci devam ederken geçerlik toplantılarında komite üyelerine sunulan makro düzeydeki analizler ile uygulama sonrası yazılı forma dökülen analizlerin yeniden karşılaştırması yapılarak incelenmiştir. Uygulamalar sonrası öğrencilerdeki gelişmeleri tespit etmek için görüşmeler yapılmıştır. Görüşmeler ses kaydı

şeklinde kayıt altına alınmıştır. Görüşmeler yazılı forma aktarılmış ve analizi yapılmıştır. Araştırmanın nesneliliği için video kayıtlarının doğrulanmasına için uzman desteği alınmıştır. Araştırmaya destek sağlayan uzman, sosyal bilgiler eğitimi alanında lisans ve yüksek lisans eğitimini tamamlamıştır. Uzman video kayıtlarını bağımsız olarak incelemiş ve video kayıtları ile dökümlerin tutarlı olduğunu ifade etmiştir. Video kayıtlarının dökümleri bulguların sunumu bölümünde, etkinliklerin uygulama sürecini ortaya koymak amacıyla destek veri olarak sunulmuştur.

3.4.1.1. İçerik analiz için kodların belirlenmesi

Bu aşamada araştırmacı verileri kodlama yaparak analiz eder. Bu kodlamalar üç tür kodlama biçiminde yapılır. Bunlar daha önceden belirlenmiş kavramlara göre yapılan kodlama, verilerden çıkarılan kavramlara göre yapılan kodlama ve genel bir çerçeve içinde yapılan kodlama şeklinde ifade edilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s. 229). Araştırmacı bu aşamada, uygulama sürecinde toplanan ve yazılı forma aktarılan tüm verileri gözden geçirmiştir. Her bir medya okuryazarlığı becerisinin alt boyutları için yaptığı etkinliklerde topladığı verileri etkinliklere göre sınıflandırmıştır. Bu verilerinde video kayıtları, araştırmacı günlüğü ve geçerlik komitesi verileri ve görüşme verileri değerlendirmiş ve kullanılmıştır. Öğrencilerle gerçekleştirilen yarı-yapılandırılmış ön ve son görüşmelerden elde edilen veriler için “Öğrenci Görüşleri” biçiminde kodlamalar oluşturulmuştur. Önceden belirlenmiş kavramlara göre yapılan kodlama biçiminde araştırmanın sorusuna yönelik ve araştırmanın temelini oluşturan kuramsal çerçeveye göre verileri kodlamıştır. Bu kodlar medya okuryazarlığına ve medya okuryazarlığının alt becerilerine ilişkin temaları ve alt temalar düzeyinde yer alan kavramların olduğu kodlamalardan oluşmuştur.

3.4.1.2. Genel bir çerçeve içinde yapılan kodlama

İçerik analizinde verilerin analizinden önce genel bir kavramsal yapı oluşturmak mümkündür. Bu kavramsal yapıya göre kodlama yapılır. Fakat yeni çıkan verilere göre yeni kodlar listeye alınır. Araştırmacı bu aşamada daha önce oluşturulan kodlamalara yeni kodlamalar eklemiştir. Daha sonra verileri alt temaya ayırmak amacıyla anlamlı ve mantıklı bir biçimde temaları bir araya getirilmeye çalışmıştır. Araştırmacı verileri okuyucunun anlayacağı bir hale getirmeye çalışmıştır. Ayrıca araştırmanın çerçevesi doğrultusunda sonuçlar yazılırken doğrudan kullanılacak alıntılarda seçilebilir (Yıldırım ve

Şimşek, 2011, s. 224). Araştırmacı araştırmının bu aşamasında öncelikle etkinliklere göre sınıflandırılan veriler ile görüşmelere ait verileri incelemiştir. Etkinliklere göre sınıflandırılan veriler etkinliğin uygulanma sürecine göre anlamlı bir biçimde düzenlenmiştir. Etkinliklere yönelik öğrenci görüşlerinin verileri araştırmacı tarafından kodlanmıştır.

Bilgisayar ortamına aktarılan tüm verilerin yaklaşık %30 luk bir kısmı araştırmacı tarafından kodlanmıştır. Kontrol kodlaması olarak adlandırılan bu süreçte, kodların açık bir biçimde ifade edilmesini sağlamak amaçlanmıştır. Bununla birlikte araştırmının güvenilirlik kontrolüne, kodlamalarla ilgili tanımların açıklık kazanmasına katkı sağlanmaya çalışılmıştır (Miles ve Huberman, 2015, s. 64).

3.4.2. Bulguların tanımlanması ve yorumlanması

Araştırmaların bu son aşamasında veriler tanımlanır, gerekli yerlerde doğrudan alıntılar yapılarak veriler desteklenir. Verilerin kolay anlaşılır bir dille tanımlanmasına ve gereksiz tekrarlardan kaçınmasına dikkat edilmesi gerekir (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s. 224). Verilerin seçilmesi önemli olan boyutların önemli olmayanlardan ayrılması tekrar eden verilerin ayıklanması gerekmektedir (Gürgür, 2017, s. 66). Tanımlanan bulguların açıklanması, ilişkilendirilmesi ve anlamlandırılması yapılır, neden – sonuç ilişkilerinin açıklanması ve gerekli durumlarda olgular arasında karşılaştırma yapması yapılan yorumun daha nitelikli olmasını sağlar (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s.224). Araştırmacı bu araştırmada elde edilen verileri, araştırma sorularını temel alınarak katılımcıların görüşlerinden doğrudan alıntılara yer vererek “Bulgular ve Yorum” başlığında sunmuştur.

Araştırma sorusu kapsamında, uygulama süreci veriler analiz edilip sunulurken ilk olarak etkinlik planı açıklanmıştır. Daha sonra etkinliğe yönelik destek veri kaynakları olan araştırmacı günlüğü verileri, video kayıtları dökümleri, geçerlik komitesi görüş ve önerileri betimsel bir biçimde düzenlenerek sunulmuştur. Uygulamalarda etkinliğin uygulama süreci sunulduktan sonra etkinliğe yönelik öğrencilerle yapılan son görüşmelerden elde edilen veriler “Öğrenci Görüşleri” olarak sunulmuştur. Verilerin sunumunun devamında; etkinliğin kazanımları, etkinliğin uygulanabilirliği ve etkinlik sürecinde yaşanan zorluklar temel alınarak etkinliğe yönelik elde edilen tüm veriler analiz edilmiş ve yorumlanmıştır.

3.4.2.1.Yarı yapılandırılmış görüşmelerin analizi

• Bu araştırma sürecinde uygulama yapılan sınıfın öğrencileri ile görüşmeler yapılmıştır. Ön görüşme 20 öğrenci ile yapılmıştır. Son görüşme ise 19 öğrenci ile yapılmıştır. Bu görüşmelerin her biri ayrı ayrı ancak benzer adımlar izlenerek analiz edilmiştir. İlk olarak görüşmelerin tamamı yazıya dönüştürülmüştür. Görüşme metinleri içeriğe aşina olmak, anlamlandırmak ve verilerden bir anlam çıkarmak için metinler tekrar tekrar okunmuştur. Verilerin tekrar tekrar okunması bulguların anlamlandırılmasını, sonuçların sezinlenmesini ve yorumlamaların yapılmasını sağlamıştır. Araştırmacı bu yoğun okumalar ile uzun bir süreçte toplanan verilere bütünsel bir biçimde bakılmasını sağlamaya çalışmıştır. Bu yoğun okuma sürecinde analiz için temel oluşturabilecek bir tema ve kategori yapısı ortaya çıkarılmıştır. Daha sonra verileri okuma esnasında oluşturulan araştırma sorularının yapısı temel alınarak kodlamalar yapılmaya başlanmıştır. Kodlamalar yapılırken ilişkili ve benzer kodlar ilgili kategorilerin altında sınıflandırılmalar yapılmıştır. Birbiri ile ilişkili kavram ve kategoriler de aynı temalar altında toplanmıştır. Veri analiz sürecinde ilk belirlenen tema bir çerçeve olarak kullanılmış ve gerek gördüğü durumlarda kategorilerde ve temalarda değişikliklere gidilmiştir. Buna göre araştırmanın görüşme verilerinin analizinde izlenen adımlar şu şekilde gerçekleşmiştir:

- Görüşme kayıtlarının yazıya geçirilmesi,
- Görüşme metninin tekrar tekrar okunması,
- Kodların oluşturulmaya başlanması,
- Temaları oluşturulması,
- Temaların ve alt temaların oluşturulması,
- Bulguların düzenlenmesi, yorumlanması ve görüşlerden kesitler sunulması.

Araştırmacı görüşme verilerinin analiz sürecinde aşağıdaki adımları takip etmiştir.

- Video kayıtlarına bağlı olarak verileri özgün olarak yazıya geçilmesi ve düzenlenmesi (Katılımcıların isimleri kod isimle değiştirilmiştir)
- Yapılan yarı yapılandırılmış görüşme ve ders kayıtlarının metinleri her bir veri setinin ayrı ayrı tekrar tekrar okunması.
- Metin okumaları esnasında ortaya çıkan kodlamaların ve temalarla taslak bir yapının düzenlenmesi ve oluşturulması.
- Verilerdeki kodlamaların yapılması.

- Veri kodlarında temaların ve alt temaların oluşturulması.
- İlk görüşme analiz işlemlerinin yapılması.
- Son görüşme analiz işlemlerinin yapılması daha sonrasında yaklaşık üç aylık bir ara verilerek verilerin tekrar analiz edilmesi, temalara son halinin verilmesi.
- Bulguların düzenlenmesi, betimlenmesi ve birbiriyle ilişkilendirilerek doğrudan alıntılarla sunulması.

3.4.2.2. Öğrenci çalışmaları

Nitel araştırmalarda doküman incelemesi etkili bir şekilde kullanılması gereken önemli kaynaklardandır. Hangi kaynağın önemli olduğu ve veri kaynağı olarak kullanılabilceği araştırma problemi ile yakından ilgilidir. Örneğin eğitimle ilgili bir araştırmada ders kitapları, ders planları, öğrenci ders ödevleri ve sınavları, ders planları, öğrenci ürün ve performansları, öğrenci projeleri, okul gazeteleri dokümanlar veri kaynağı olarak kullanılabilir (Yıldırım ve Şimşek, 2011,s. 188; Gürgür, 2017, s. 63). Bu araştırmada öğrencilerin süreç boyunca medya okuryazarlığı becerisinin alt becerilerine yönelik etkinlikler ödev olarak yaptırılmıştır. Her bir alt beceriye ilişkin farklı uygulamalar verilmiştir. Bu ödevler çalışma yaprakları, proje, ders gazetesi, afiş hazırlama, slogan oluşturma gibi medya okuryazarlığı becerisini geliştirmeye yönelik etkinlikler olmasına dikkat edilmiştir. Bu amaçla uygulama süresince öğrencilerin ortaya koymuş oldukları ürünlerden örnekler seçilerek tematik olarak analiz edilmiştir. Öğrenci çalışmalarının analizi yapılırken aynı zamanda öğrenci çalışmaları değerlendirilmiştir. Bu değerlendirmeler ile her bir etkinliğin özelliklerine ve türüne uygun bir şekilde belirlenen medya okuryazarlığı becerisi için belirlenen ölçütlere dayalı olarak etkinlikler değerlendirilmiştir. Öğrenci çalışmalarının niteliğine dair bulguların sunumunda çalışmalardan örnekler kullanılmıştır.

Öğrenci çalışmalarının hazırlama, uygulanması ve analiz sürecinde yapılan çalışmalar şu şekil takip edilmiştir.

- Medya okuryazarlığının alt becerisinin belirlenmesi,
- Kullanılacak öğrenci çalışmalarının seçilmesi,
- Seçilen öğrenci çalışmalarının uzman görüşüne sunulması,
- Seçilen öğrenci çalışmaların uygulanması,
- Öğrenci çalışmalarının niteliğine göre sınıflandırılması,
- Bulguların düzenlenmesi, yorumlanması ve örnek çalışmaların sunulması.

3.4.2.3. Ders kayıtları

Uygulamalar süresince 14 hafta süren 16 saatlik ders, video kaydı olarak kayıt cihazlarıyla kayıt altına alınmıştır. Ders kayıtlarının tamamı yazıya aktarılmıştır. 16 saatlik uygulama sürecine ait video kayıtları yazıya geçirilmiştir. Daha sonra ders kayıtlarının metni birkaç defa okunmuştur. Bu okumalar sırasında aynı zamanda medya okuryazarlığı temaları ortaya çıkmaya başlanmıştır. İçerik analizi yolu ile kodlamalar yapılmış, temalar oluşturulmuş ve bulgular düzenlenerek sunulmuştur. Bulguların sunumunda ders kayıtlarında elde edilen veriler sık sık kesitler halinde alıntılanmıştır.

3.4.2.4. Geçerlik komitesi toplantı/görüşme kayıtları

Eylem araştırmalarında uygulama sürecinin tüm aşamalarında uzman görüşü almak araştırmanın tutarlı ve amacına uygun olarak yürütülmesine katkı sağlayacaktır (Büyüköztürk ve diğerleri, 2012, s. 259). Uzman görüşmesini sağlayan en önemli unsur ise geçerlik komitesi toplantılarıdır. Geçerlik komitesi toplantıları veri türü olarak da kullanılabilir. Bu araştırmada geçerlik toplantıları video kaydı olarak kayıt altına alınmıştır. İhtiyaç duyulduğu durumlarda geçerlik komitesi üyeleri ile telefon görüşmeleri sağlanmış, whatsapp üzerinden ve elektronik posta aracılığıyla görüş alınmıştır. Yapılan bu görüşmelerde notlar alınmıştır. Geçerlik komitesi kayıtları ve araştırmacının notları uygulama sürecinde analiz edilen verilerdendir. Her toplantı ve görüşme sonrasında veriler

hızlıca makro düzeyde analiz edilmiştir. Geçerlik komitesi üyelerinin yaşanan sorunlara dair sunulan çözüm önerileri not edilmiştir. Araştırmacı daha sonra bu öneriler doğrultusunda uygulanacak olan eylem planı ve ders planlarını düzenlenmiştir. Uygulama süreci boyunca öğrencilere yaptırılması planlanan etkinliklere komite üyelerinin görüşleri alındıktan sonra etkinlikler uygulanmıştır. Uygulama sona erdikten sonra araştırmacı geçerlik komitesi toplantı kayıtları tekrar analiz edilmiştir. Geçerlik komitesi toplantı kayıtlarından elde edilen veriler araştırmacı günlüğünden elde edilen verilerle birlikte eylem planı adımlarının geliştirilmesi sürecinde açıklamalarda kullanılmıştır.

3.5. Araştırmacı Rolü

Nitel araştırmada araştırmacıların, araştırma süreci boyunca kendi hayat görüşleriyle ilgili baktıkları, bu nedenle araştırmacıların, kendi değer ve önyargılarını verileri yorumlama sürecine dâhil ettikleri genel olarak kabul edilmektedir (Creswell, 2003). Ancak, kimi zaman araştırmacıların konuyla ilgili kendi değer ve önyargılarını araştırma sürecine dâhil etmeleri araştırmanın güvenilirliğini düşüren etmenlerden bir tanesi olarak değerlendirilmektedir (Lincoln ve Guba, 1988).

Eylem araştırmalarında araştırmacının rolü ve bakış açısı önem arz etmektedir. Eylem araştırması uygulamayı içine alan, onu geliştirmeyi ve değiştirmeyi amaçlayan bir araştırmadır (Baysal ve Ocak, 2018). Eylem araştırmasında geliştirmek ya da incelenmek istenen süreçle ilgili kişi doğrudan araştırma için uygundur (Büyüköztürk ve diğerleri, 2012). Eylem araştırmasında araştırmacının var olan problemi fark etmesi ve sonrasında da ilgili kuramsal bilgiye sahip olması önemli bir faktördür. Kuramsal bilgi ve alt yapı ile sorunların farkına varan araştırmacı bu soruna çözüm bulmak için sürece dâhil olup, eylem planları yaparak, süreci yönetmesi gerekir (Gürgür, 2017). Bu araştırmada, araştırmacının aynı zamanda uygulayıcı olduğu bir eylem araştırması gerçekleştirilmiştir.

Araştırmacı, Sosyal Bilgiler Öğretmenliği Lisans Programı'ndan mezun olduktan sonra aynı alanda yüksek lisans programını da tamamlamıştır. Araştırmacı lisansüstü eğitim süresince nitel ve nicel araştırma yöntemleri ile ilgili farklı dersler almıştır. Araştırmanında yöntemi olan nitel araştırma konusuna yönelik araştırmacı yüksek lisans ders döneminde, "Nitel Araştırma Yöntemleri", doktora sürecinde ise, "Bilim Etiği" derslerini almış ve bu dersler dışında gerçekleştirdiği nitel araştırma yöntemlerine uygun akademik çalışmalar ile nitel araştırmalar konusunda bilgiye sahip olmuştur. Araştırmacı

sosyal bilgiler eğitimi alanında ulusal düzeyde bilimsel etkinliklere katılmış, bu etkinliklerde bildiriler, poster sunumları yapmıştır. Bilimsel araştırmalar kapsamında ortaokul öğrencileri, sosyal bilgiler öğretmen adayları ve sosyal bilgiler öğretmenleri ile görüşmeler yapmıştır.

Araştırmacı, medya okuryazarlığı kavramı ile ilgili olarak lisans düzeyinde ders döneminde aldığı seçmeli medya okuryazarlığı dersi ile karşılaşmıştır. Bu ders kapsamında medya okuryazarlığına dair temel bilgileri öğrenen araştırmacı, bu bilgilerden yola çıkarak yüksek lisans tezini medya okuryazarlığı kavramı ile ilgili ortaokul öğrencilerinin sosyal medya kullanma algılarına yönelik çalışma yapmıştır. Ayrıca araştırmacı öğretmenlik yaptığı süreçte konu dışında nitelendirebilecek fakat medya üzerinden edinilen güncel olan konuların sık sık sınıf ortamında konuşulduğunu deneyimlemiştir. Araştırmacı öğretmenlik deneyimlerinde öğrencilerin medya okuryazarlığı becerisi ile ilgili eksiklikleri fark etmiş ve bu sorunun çözümüne katkı sağlamak için araştırmayı gerçekleştirmeye karar vermiştir. Araştırma, araştırmacının aynı zamanda uygulayıcı olduğu bir süreçle yürütülmüştür. Araştırmacı yaklaşık beş yıldır Milli Eğitim Bakanlığına bağlı özel ortaokullarda öğretmenlik yapmış, daha öncesinde ise özel eğitim kurumlarında öğretmen olarak görev almıştır. Araştırmacı halen araştırmayı gerçekleştirdiği okulda sosyal bilgiler öğretmeni olarak görev almaktadır.

Araştırmacı, uygulama süreci öncesinde alanyazın taraması yapmıştır. Deneyimlerinden yola çıkarak uygulamada kullanılacak olası etkinlik planlarını hazırlamış, hazırlamış olduğu bu planları uzman görüşüne sunarak onay almıştır. Araştırmacı uygulama öncesi aileler ile iletişime geçerek yapılacak olan araştırma için ailelere bilgi vermiştir. Aileler araştırmayı olumlu karşılamış ve desteklediklerini dile getirmişlerdir. Aileler araştırma izin formunu imzalamış, araştırmacıya iletmışlerdir. Araştırmacı aileler ile uygulama öncesinde iletişimde olduğu için araştırma izninde sorun yaşamamıştır. Uygulama öncesi süreçten uygulama süreci boyunca ve sonuna kadar araştırmaya yönelik deneyimlerini, gözlemlerini, düşüncelerini ve duygularını araştırmacı günlüğüne yansıtmıştır. Araştırmacı her eylem planında yer alan etkinliklere yönelik yönergeleri hazırlamış, yönergeleri çevrim içi (online) toplantılar yaparak, whatsapp gruplarından ve google clasroom üzerinden öğrencilere iletmıştır.

Araştırmacı uygulama süresince her hafta düzenli olarak uygulanan etkinliklere yönelik video ders kayıtlarının ilgili bölümleri makro düzeyde analizini yapmıştır.

Öğrencilerin medya okuryazarlığı beceresine yönelik yapmış oldukları ürünleri incelemiştir. Araştırmacı uygulamaları sonucunda elde ettiği bu çalışmaları her hafta düzenli olarak yaparak, geçerlik komitesi üyelerine değerlendirme toplantılarında sunmuştur.

Araştırmacı uygulama süreci tamamlandıktan sonra uygulamaya katılan 19 öğrenci ile bireysel olarak görüşmeler sağlamış ve görüşmeleri kayıt altına almıştır. Araştırmaya katılan bir öğrenci ile okuldan ayrıldığı için görüşme gerçekleştirilememiştir. Araştırmacı, uygulama sürecinde veri toplamaya eş zamanlı olarak makro düzeyde veri analizi yapmıştır. Araştırmacı, uygulama sürecinde toplanan tüm verileri ve etkinlikleri medya okuryazarlığı becerisinin alt becerilerine göre sınıflandırmıştır. Uygulama süreci tamamlandıktan sonra, verilerin yeniden mikro düzeyde analizini yapmıştır.

Araştırmacı, bulguların oluşturulması ve yorumlanması aşamasında, etkinliklere ve araştırma sürecine yönelik katılımcıların olumlu ve olumsuz görüşlerini sunarak, uygulamalar ile ilgili nesnel olmaya çalışmış ve tüm katılımcıların görüşlerinden doğrudan alıntılar vermeye özen göstermiştir. Araştırmacı uygulamaya ilk başladığında öğrencilerin uygulama sonrası etkinliklere katılımı konusunda istekli olmayacakları kaygısını gütmüştür. Fakat uygulama sürecinde öğrencilerin etkinliklere katılım konusunda motive olduğunu görmüştür ve istekli olduklarını fark etmiştir. Araştırmacı bu uygulamadan sonra öğrencilerin ders için etkinliklere katılım konusunda teknolojiyi ve medya araçlarını daha fazla kullanmıştır. Araştırmacı uygulama sonrası sosyal bilgiler öğretmenlerinin öğrencilerine bilinçli medya okuryazarlığı becerisi kazandırması için iyi bir rehber olmaları gerektiği kanısına varmıştır. Araştırma boyunca öğrenciler özellikle medyada kişisel bilgilerin korunması, özel hayatın gizliliği, telif hakları gibi konularda araştırmacıya başvurduğunu gözlemlemiştir.

3.6. Geçerlik Güvenirlik Komitesi

Eylem araştırmalarına araştırmacı yanlılığı karışması çok yüksektir. Bu durumu daha aza indirmek için eylem araştırmasında uygulamaların planlanması, yürütülmesi, verilerin toplanması, çalışma grubunun belirlenmesi, çalışmanın yürütülmesi verilerin çözümlenmesi araştırmanın tüm aşamalarında uzmanlardan görüş almak araştırmanın tutarlı ve amacına uygun olarak yürütülmesine katkı sağlayacaktır (Büyüköztürk vd., 2012). Alan yazın incelendiğinde eylem araştırmasında geçerlik ve güvenilirlik kavramının

“sağlamlık” olarak belirlendiği görülmektedir. Sağlamlık bir konuya ilişkin, verilerin toplanıp analiz edildiği ve bulguların raporlaştırıldığı araştırma sürecinin her adımında gösterilen titizlik, ihtimam veya özen anlamına gelmektedir (Gürgür, 2017). Bunu sağlamak ise meslektaş, uzman veya üye denetiminin sağlanmasıyla gerçekleşeceği vurgulanmaktadır. Araştırmanın geçerlik koşulunu sağlamak için uzmanlar tarafından farklı görüş açıları sağlandığında geçerlik gerçekleşir (Köklü, 2001, s.36). McNiff, ve Whitehead (2006; s. 159-161) eylem araştırması süresi boyunca uygulamalara ilişkin araştırmacıya eleştirel bir bakış açısıyla katkı sağlamak, araştırmacının iddialarının tutarlı ve inandırıcı olup olmadığını denetlemek için bir “geçerlilik grubu” (validation group) oluşturulmasını önerir. Özellikle araştırmanın uygulama sürecinde elde edilen verilerin ve veri analizlerin yeniden gözden geçirilmesini, farklı bakış açısı sağlamak amacıyla araştırma konusunda destek verebilecek uzmanların denetimine gereksinim duyulmaktadır (Gürgür, 2016, s.45; Mertler, 2014, s.28).

Bu çalışmada, uygulama süresince etkilere ve toplanan verilere yönelik görüş belirtmek, ortaya çıkan sorunlara ve planları geliştirmeye yönelik önerilerde bulunmak, uygulama sürecini değerlendirmek üye denetimini sağlamak için alanında uzman üç üyeden oluşan “geçerlik komitesi” olarak adlandırılan bir grup oluşturulmuştur. Geçerlik komitesi üyelerinin oluşturulmasında eylem araştırması, nitel araştırma, bilgi teknolojileri ve medya okuryazarlığı konusunda uzmanlıklarının olması temel alınmıştır. Geçerlik komitesinin amacı uygulama süresince uygulanan etkinliklerin planlamasını ve uygulanma sürecindeki her aşamada uzman görüşü almak ve uygulanan etkinlikleri uzman değerlendirmesine sunmaktır. Geçerlik komitesi ile iletişim sağlamak için mail iletişiminden sonra whatsapp grubu oluşturulmuştur. Araştırma için buradan iletişim sağlanmıştır. Covid 19 sebebi ile uygulama sürecinde, geçerlik komitesi üyeleri ile haftalık uygulamalara yönelik düzenli olarak toplantılar zoom üzerinden çevrim içi (online) şeklinde yapılmıştır. Geçerlik komitesi üyelerinin görüşlerine veri kaynağı olarak başvurulduğu için toplantılar video olarak kayıt altına alınmıştır. Bu kayıtlar araştırmacı tarafından yazılı hale getirilmiş ve “Bulgular ve Yorum” başlığında etkinlik planlarının sunumunda destek veri olarak doğrudan alıntı biçiminde verilmiştir.

Uygulama sürecinde haftalık olarak kayıt altına alınan ders kayıt videoları dijital olarak komite üyelerine ulaştırılmıştır. Geçerlik komitesi üyeleri gerçekleştirilen haftalık değerlendirme toplantılarında, uygulama kayıtlarını içeren videolar ile ilgili hedeflere

ulaşılma durumunu kendi görüşleri doğrultusunda iletmişlerdir. Geçerlik komitesi üyeleri, ilk etkinlikteki medya okuryazarlığının alt boyutu olan farkındalık becerisine yönelik yapılan uygulama ile ilgili video kayıtlarını izledikten sonra, önerilerde bulunmuş etkinlikte medya okuryazarlığı ile ilgili çok fazla kavram olduğunun kavramların pekişmesi için ek bir eylem planının yapılması önerilmiş ve ek bir eylem planı uygulanmıştır. Komite üyeleri ilk etkinlikten sonra uygulanan erişim becerisine yönelik uygulamanın pekişmesi için uygulamalı ek bir eylem planı önerisinde bulunulmuş ve erişim becerisine yönelik bir eylem planı uygulaması daha yapılmıştır. Diğer tüm etkinliklerde komite üyeleri uygulamaların uygunluğu yönünde görüş belirtmişlerdir.

Geçerlilik komitesi üyeleri ilk toplantıda alt becerinin uygulanmasından sonra ve uygulanacak olan plana karar verilmesi için iki haftada bir toplantı yapılmasına karar vermiştir. Toplantılar bu karar doğrultusunda gerçekleştirilmiştir. Toplantı takvimi Tablo 3.6’da gösterilmiştir.

Tablo 3.7. Geçerlik Komitesi Toplantı Takvim

Toplantı Sayısı	Toplantı Konusu	Tarih
1. Etkinlik	1:Farkındalık 2:Farkındalık	19/03/2021
2.Etkinlik	3: Erişim 4: Erişim	27/03/2021
3. Etkinlik	5: Analiz ve Değerlendirme 6: Analiz ve Değerlendirme	18/04/2021
4. Etkinlik	7: Üretim 8: Üretim	26/04/2021
5. Etkinlik	9: Paylaşım 10: Paylaşım	20/05/2021
5. Etkinlik	11:Aktivizm 12:Aktivizm	24/05/2021

Tablo 3.6’da görüldüğü gibi geçerlik komitesi üyeleri ile toplamda altı kez toplantı yapılmıştır. Toplantılara uygulama süresince devam edilmiştir. Uygulama öncesinde birinci ve ikinci etkinlik planı mail yolu ile geçerlik komitesi üyelerine iletilmiştir. Komite üyeleri etkinliklere yönelik öneriler sunmuş eylem planları öneriler doğrultusunda

düzenlenip uygulanmıştır. Toplantıda geçerlik komitesi üyeleri, uygulama sürecinde etkinlik planlarının değerlendirilmesine ve uygulanacak olan eylem planlarına yönelik görüş ve önerilerini sunmuşlardır. Komite üyeleri uygulamada beceriyi pekiştirmek amaçlı oluşturulan çalışma yaprakları için önerilerde bulunulmuş ve bu öneriler doğrultusunda çalışma yaprakları öğrencilere uygulanmıştır.

3.7. İnandırıcılık

Bir araştırmanın bilimsel olarak kabul edilebilir olması için bir takım ölçütlere ihtiyaç vardır. Bu ölçütler nesnellik, geçerlik ve güvenilirlik araştırmaların kalitesini gösteren en önemli ölçütlerdendir (Büyüköztürk vd., 2012, s.259). Ancak daha çok nicel araştırmalarda kullanılan bu ölçütler araştırmacılar tarafından nitel araştırmaların doğasına uygun olabileceği düşündükleri alternatif kavramla açıklanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s. 264). Araştırmacılar “inandırıcılık” kavramını kullanarak araştırmaların çalışmalarının olası ve aktarabilir olduğunu iddia edebilecekleri yolları açıklayan birtakım ölçütler belirlemişlerdir (Glesne, Ersoy, Yalçınoğlu, 2013, s. 66) Bilimsel olarak kabul edilen bu ölçütler araştırma sürecinin ve sonuçlarının açık, tutarlı ve başka araştırmacılar tarafından teyit edilebilir olması gerekir. Aksi takdirde araştırmanın inandırıcılığı konusunda kuşklar ortaya çıkabilir (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s. 265). Nitel bir araştırma olan eylem araştırmasında araştırmacı inandırıcılığı ortaya koymak için birtakım ölçütleri sağlamakla yükümlüdür.

Lincon ve Guba (1985, Akt. Yıldırım ve Şimşek, 2011, s. 265) inandırıcılığın başarılabilmesi için araştırmacıların kullanabilecekleri bir takım stratejiler önermektedir. Bu stratejiler; uzun süreli etkileyişim, derinlik odaklı veri toplama, çeşitleme, uzman incelemesi ve katılımcı teyidi gibi stratejilerdir. Creswell ise (1998, 201-203, Akt. Ersoy ve Yalçınoğlu, 2013) inandırıcılığa katkı sağlamada sıklıkla kullanılan bazı yöntemleri şu şekilde özetlemektedir; Uzun süreli etkileyişim ve sürekli gözlem, çeşitleme(ya da kristalleşme), meslektaş değerlendirmesi ve bilgi alma, zengin ve ayrıntılı betimleme, karşıt durum analizi, katılımcı onayı, zengin ve ayrıntılı betimleme olarak ifade etmiştir. Fakat her çalışmada inandırıcılığı artırmada ifade edilen bu yöntemlerinin hepsini kullanmak gerekmebilir. Ayrıca inandırıcılığı sağlamaya yönelik aktarılabilirlik, tutarlık, teyit edilebilirlik gibi stratejiler kullanılabilir. Buraya kadar aktarılan alan yazında nitel araştırmalar ve eylem araştırmalarında araştırmacıların araştırmanın doğalarına uygun, güvenilirliği ve geçerliği değerlendiren bir yol izlemesi ve gerekli ölçütleri sağlaması

gerektiği vurgulanmaktadır. Bu araştırmada çalışmanın bilimsellik yönünü ortaya koymak için Cresweel, Guba ve Lincoln tarafından önerilen ve inandırıcılığa katkı sağlamak için önerilen, nitel araştırmalarda sıklıkla kullanılan kavramlar tercih edilmiştir. Bu araştırmamanın inandırıcılığını sağlamak için; araştırma sürecinde ortamda uzun süre bulunma, veri çeşitlemesi yapma, veri kaynaklarını karşılaştırma, düzenli gözlemler yapma, uzman ve meslektaş görüşleri alma, video ve ses kayıtları yapma tüm katılımcıların görüşlerini yansıtmaya önemlidir (Yıldırım ve Şimşek, 2011; Ersoy ve Yalçınoğlu, 2013; Gürgür, 2017; Büyüköztürk ve diğerleri, 2012). Araştırmanın bilimsel güvenilirliğini sağlamak için yapılan çalışmalar aşağıdaki Tablo 3'7.de sunulmuştur.

Tablo 3.8. Güvenirliği Sağlamak İçin Takip Edilen Yol;

İnandırıcılık	Uzun süreli katılım Derin odaklı veri toplama Sürekli gözlem Uzman incelemesi Araştırmacının duruşunun açıklanması Çeşitleme Katılımcı teyidi
Aktarılabirlik (Transfer edilebilirlik)	Ayrıntılı betimleme
Tutarlık	Tutarlık incelemesi
Doğrulanabilirlik/ Onaylanabilirlik	Teyit incelemesi

Bu araştırmada güvenilirliği sağlamaya yönelik tablo 3.7'de yer alan yol takip edilerek yapılmıştır.

3.7.1. Uzun süreli katılım

Eylem araştırması sürecinde ortaya çıkan sonuçların tam olarak anlaşılması açısından sahada uzun süre kalmak ve yeterli düzeyde veri toplamak gerektiği belirtilmektedir (Guba, 2981; Melrose, 2001; Mertler, 2014; Stringer, 2008, Gürgür, 2017). Araştırmacı veri kaynakları (katılımcılar, gözlenen ortamlar, dokümanlar vb.) ile uzun bir süre etkileşim içinde olmalıdır. Böylece kendi varlığından ve öznel algılardan kaynaklanabilecek etkiyi anlayabilir. Çünkü araştırmacının ortamdaki kendi varlığının diğer bireyler üzerinden önemli bir etkisi olabilir (Yıldırım ve Şimşek 2011, s. 266) Araştırmada katılımcıların kültürünü öğrenebilmek, güven oluşturmak ve iç görüleri

kontrol edebilmek için alanda uzun süreli zamanın geçirilmesi gerekir (Creswell, 1998, 201-203; Ersoy ve Yalçınoğlu, 2013, s. 66).

Bu araştırmanın inandırıcılığını sağlamaya yönelik araştırmacı uygulama yaptığı sınıfın bir önceki yıl sosyal bilgiler öğretmeni olarak görev almıştır. Uygulama süresince sosyal bilgiler öğretmeni olarak görevine devam etmiştir. Uygulamayı yaptığı öğrenciler ile uzun süre bir arada olma imkânı bulabilmiştir. Araştırmacı yaklaşık iki yıl boyunca araştırma ortamında bulunmuştur.

3.7.2. Derin odaklı veri toplama

Alanda uzun süre kalan araştırmacı olay, olgu, yorumları katılımcıların bakış açısı ile ortaya koymasındır (Yıldırım ve Şimşek 2011, s. 266). Fakat araştırmacı bunu yaparken olay ve olguları araştırma sorusu açısından anlamlı, birbiri ile ilişkili bir bütün olarak örüntüleri ortaya çıkarması beklenir. Araştırmacı elde ettiği sonuç birbiri ile sürekli karşılaştırarak, yorumlayarak ve kavramsallaştırarak, katılımcıların bile farkında olmadıkları örüntüleri ortaya çıkarmalıdır (Yıldırım ve Şimşek 2011, s. 267). Araştırmacı verilerin analizinde ilgili olan temaları çıkarmaya çalışmış, bu temalar arasında bağlantı kurmaya çalışmıştır. Araştırmacı verileri analiz sürecinde araştırmanın soruları çerçevesinde elde ettiği verileri eleştirel bir gözle bakmaya çalışarak, geçerlik komitesi üyelerine sunmuştur.

3.7.3. Uzun süreli gözlem

Eylem araştırmasının doğası gereği uzun süreli, araştırma boyunca gözlem yapmalıdır. Araştırmacı gözlem yaptığı ortamda kalma süresini uzatması araştırmacının gözlenen ortam ya da gözlem ortamına dahil bireyler üzerindeki başlangıç etkisini azaltacak, gözlem sayısı, süresi uzadıkça araştırma ortamı kendi doğal ortamına dönecektir (Yıldırım ve Şimşek 2011, s. 266) Araştırmacı araştırmanın problemini fark ettikten sonra uygulama öncesi ve uygulama süresince öğrencileri gözlemlemiş, sınıfta olanlar hakkında notlar almıştır. Araştırmacı bu sayede araştırma ile ilgili derinlemesine ve doğru bilgiler almaya çalışmıştır. Ayrıca uzun süreli saha gözlemi ile birlikte araştırma için sistematiklikten de söz edilmektedir (Mertler, 2014;Gürgür, 2017, s. 75). Bu araştırmada araştırmacı uzun süre gözlem yapmaya çalışmıştır. Bu araştırmada 490 dakika (6 saati 10

dk.) gözlem yapılmıştır.

3.7. 4. Uzman incelemesi (Üye denetimi)

Araştırmacıya çalışma ile ilgili birinin fikir vermesi ve katkı sağlaması araştırma için önem arz etmektedir (Creswell, 1998, s. 201-203; Akt. Ersoy ve Yalçınoğlu, 2013, s. 66). Nitel araştırma yöntemleri alanında uzmanlaşmış kişiler yapılan araştırmayı çeşitli boyutları ile incelenmesinin istemesi inandırıcılık konusunda alınabilecek önlemlerden biridir (Yıldırım ve Şimşek 2011, s. 268). Bu insanlar anı zamanda aynı meslek grubundan aynı işi yapan, farklı bir işi yapan ya da araştırma ile ilgili görüş belirtecek bir uzman akademisyen vb. olabilir (Büyüköztürk vd., 2012, s. 260). Bu incelemede uzman, araştırmacının deseninden toplanan verilere, verilerin analizine ve sonuçların yazımına kadar olan süreçlere eleştirel bir gözle bakar ve araştırmacıya geri bildirimlerde bulunur. Bu incelemeler uzmanların araştırmacı ile birlikte değerlendirme toplantıları ile yapılabilir (Yıldırım ve Şimşek 2011, s. 268). Araştırmada araştırmacı uygulama süreci boyunca; eylem planlarını geliştirme sürecinde, etkinlik geliştirme, çalışma yaprağı hazırlama sürecinde farklı uzmanlardan, araştırmacılardan, meslektaşlarından öneriler ve görüş almıştır. Araştırmacı uzman incelemesi için dört üyeden oluşan geçerlik komitesi oluşturmuştur. Geçerlik komitesi uygulama süreci boyunca haftalık düzenli olarak değerlendirme toplantıları yapmıştır. Araştırmacı toplantıların dışında ihtiyaç duyduğu durumlarda telefon görüşmesi yaparak, whatsapp üzerinden ve mail yolu ile uzmanların görüş ve önerilerini almıştır. Uygulama süresince araştırmacı makro düzeyde yaptığı video kayıt analizlerini ve video ders kayıtlarını geçerlik komitesine iletmış ve görüşlerini almıştır. Böylece geçerlik komitesi üyelerinin, araştırmacıyı, öğrencileri ve öğrenme ortamlarını gözlemlemeleri sağlanmaya çalışılmıştır.

3.7.5. Araştırmacının duruşunun açıklanması

Araştırmacının araştırma üzerindeki etkisinin anlaşılabilmesi için bilimsel bakış açısını, çalışmayla ilgili bilimsel bakış açısını ve yönelimleri üzerine dünya görüşünü yazmaları önemlidir (Marriam, 2013; s. 210). Araştırmacının çalışma süresince gelişim sürecini görebilmesi için araştırmacının aşamalarında uygulamalara dair beklentilerini, düşüncelerini, not olarak kayıt altına alması ve değerlendirmelerinde bu kayıtları göz önünde bulundurması önerilir (Guba ve Lincoln, 1989). Bu araştırmada araştırmacı problemi fark edip araştırmaya karar verdikten sonra araştırma ile ilgili günlük tutmuştur.

Bu günlük ile uygulama öncesi, uygulama sürecinde olan biteni ve düşüncelerini, beklentilerini ve duygularını kayıt altına almıştır. Böylece araştırmacı, bu yolla süreçteki gelişimini takip etmiş araştırmada kişisel ön yargılarını, beklentilerini fark edebilmeyi amaçlamıştır. Araştırmada araştırmacı bir başlık olarak kişisel paradigmasını ve kabullerini bir başlık altında açıklamıştır.

3.7.6. Çeşitleme

Gerçeği farklı yönlerini ve oluşumlarını öğrenebilmek için araştırmacı, araştırdığı olay ve olguya ilişkin farklı bakış açıları, farklı anlamları, farklı göstergeleri ve kaynakları ortaya çıkarmalı, bu farklılıkları olabildiğince bütün zenginliği ile sergilemelidir (Yıldırım ve Şimşek 2011, s. 267). Çeşitleme, çoklu veri toplama yöntemi, çoklu veri kaynağı çoklu araştırmacı ve/veya çoklu kuramsal bakış açılarının kullanılmasıdır (Creswell, 1998, 201-203; Ersoy ve Yalçınoğlu, 2013, s. 66). Çeşitleme veri kaynakları, yöntem ve araştırmacı çeşitlemesi olarak farklı başlıklar altında incelenebilir (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s.267). Bu araştırmada öğretmen günlüğü, öğrencilerle uygulama öncesi ve sonrası bireysel görüşmeler, video ders kayıtları ve geçerlik komitesi kayıtları, öğrenci ürünleri olmak üzere farklı veri kaynaklarından yararlanılmıştır. Uygulama süresince video ders kayıtları makro düzeyde analizleri yapılarak veriler değerlendirme toplantılarında konu uzmanı olan geçerlik komitesi üyelerinin görüşüne sunulmuştur. Uygulamada medya okuryazarlığı becerisini geliştirmeye yönelik öğrencilerin çalışmaları ile elde edilen öğrenci ürünleri de komite üyelerinin görüşüne sunulmuştur. Uygulama tamamlandıktan sonra elde edilen bulguların tekrar mikro düzeyde analizi yapılmıştır.

3.7.7. Katılımcı teyidi

Araştırmalarda elde edilen verilen ve bunlara ilişkin araştırmacının ulaştığı sonuçların ve yorumların veri kaynakların (katılımcılar) ile teyit edilmesinde yarar vardır. Katılımcı teyidinin biçimleri vardır. Bunlardan biride veri toplamanın hemen sonunda araştırmacı topladığı verileri özetleyebilir ve katılımcıdan bunların doğruluğuna ilişkin düşüncelerini belirtmesini isteyebilir (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s. 267). Bu araştırmada araştırmacı öğrenciler ile yaptığı bireysel görüşmelerde yaptığı görüşmeleri özetleyerek katılımcıların teyidini sağlanmıştır.

3.8. Aktarılabirlik (Transfer Edilebilirlik)

Nicel araştırmaların temel amaçlarından biri olan genelleme kavramı nitel araştırmalarda karşımıza aktarılabirlik kavramı olarak çıkar. Nitel araştırmalarda olay ve olguları derinliğine ve ayrıntılı incelemeye yöneldiği için araştırma sonuçlarının doğrudan genellemesi mümkün değildir. Nitel araştırmalardaki aktarılabirlik kavramının benimsenmesi, araştırma sonuçlarının doğrudan benzer ortamlara genellenemeyeceği, ancak bu tür ortamlara sonuçların uygulanabilirliğine ilişkin geçici yargılara ulaşılması ve test edilebilecek denenceler oluşturulması anlamına gelmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s. 270).

Bu araştırmada araştırmacı aktarılabirliği sağlamak için, okul iklimini, uygulama koşullarını, sınıfları, katılımcıları, veri toplama tekniklerini, veri toplama sürecini, katılımcılar ile iletişim sürecine yönelik konuları ayrıntılı bir biçimde araştırmaya yansıtmiştır. Aktarılabirliği artırmak için ayrıntılı betimleme kullanılan yöntemlerden biridir. Ayrıntılı betimleme ham verinin ortaya çıkan kavram ve temalara göre yeniden düzenlenmiş bir biçimde okuyucuya yorum katmadan ve verinin doğasına mümkün olduğu kadar sadık kalarak doğrudan aktarılmasıdır. Bu amaçla doğrudan alıntılar araştırmacılar tarafından sık kullanılır (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s. 270). Bu araştırmada, araştırmacı katılımcıların görüşlerinde doğrudan alıntılar yaparak araştırmaya yansıtmiştır. Böylece okuyucular bulguların hangi dereceye kadar ve hangi koşullarda benzer olabileceğine dair yorumlamalar yapabilirler.

3.9. Tutarlık

Nitel araştırmalarda olay ve olguların değişkenliğini kabul eden ve bu değişkenliği araştırmaya tutarlı bir biçimde yansıtabilen bir yaklaşım söz konusudur. Bu strateji ise tutarlık incelmeleri olarak adlandırılır. Tutarlık incelemesinin amacı dışardan bir gözle bakılması ve araştırmacının baştan sona gerçekleştirdiği araştırma etkinliklerinde tutarlı davranıp davranmadığını ortaya koymaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s. 272). Bu araştırmanın tutarlılığını sağlamak amacı ile uygulama süresince gerçekleştirilen tüm eylem planlarına ve etkinliklere yönelik etkinlik plan döngüsü basamakları aynı sırada takip edilmiştir. Araştırmacı araştırmada, tüm sürece yönelik aynı uzmanlardan görüş almıştır.

3.10. Doğrulanabilirlik/Onaylanabilirlik

Araştırmada verilerin yansız ve objektif olmasıdır. Araştırmacı çeşitli veri ve veri toplama tekniğini karşılaştırarak ve yansıtma yaparak onaylanabilirliği sağlar. Araştırmacı ulaştığı sonuçları topladığı verilerle sürekli olarak teyit etmesi, okuyucuya mantıklı bir açıklama sunabilmesi önemlidir (Uzuner, 2005, s. 8; Yıldırım ve Şimşek, 2011, s. 272). Araştırmacı bunu teyit incelemesi yoluyla yapabilir. Teyit incelemesi araştırmacının ulaştığı sonuçları ham verilerle karşılaştırarak teyit mekanizmasının çalışıp çalışmadığına bakmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s. 272). Bu araştırmada, araştırmacı onaylanabilirliği sağlamaya yönelik uygulama öncesi sürecinde ve uygulama süreci boyunca araştırmacı günlüğüne yansıtma yapmıştır. Araştırmacı, bulguların sunumu ve yorumlanması aşamasında tarafsız olmaya özen göstermiş ve araştırma süresince elde edilen verilerden doğrudan alıntılar yaparak sunmuştur.

3.11. Araştırma etiği

Etik araştırmalarda uyulması gereken kuralları gösterir. Etik bir dizi kural ve ilkelerin bir grup insan ve toplum tarafından kabul edilmiş davranış ve ahlaki ilkeler kümesi anlamındadır (Büyüköztürk ve diğerleri, 2012, s. 27). Araştırmacı, araştırma süresince etik ilkeleri göz önünde bulundurması gereken önemli bir unsurdur. Etik ilkeler araştırmacının katılımcıları, araştırmadan sorumlu kişiler ve araştırmanın bilimselliği açısından da önemli olmakla birlikte güvenilirlik ve geçerlik içinde önem arz etmektedir.

Eylem araştırmalarında araştırmacı yaptıklarını incelediği için objektif olması, kendisine aynada bakması ve yansıtma yapması zorlu bir süreçtir. Bunun için çeşitli önermeler yazmak araştırmacının tek yönlü düşünmesini engeller (Uzuner, 2005, s. 9). Eylem araştırması gerçek yaşam koşullarında gerçekleştiği, katılımcılar arasında yakın bir iletişim gerektirdiği için araştırmacılar bu süreçte etik kurallara dikkat etmelidirler (O'Brien, 2001). Bu ilkeler dürüstlük, gizlilik, sorumluluk ve adil paylaşımdır. Ayrıca tüm bu ilkeler kişisel, mesleki ve toplumsal bakış açısıyla ele alınmalıdır. Eylem araştırmalarında kişisel olarak düşündüğümüzde, çalışılan kişiler gerçek kişilerdir. Dolayısıyla saygıyı hak etmektedirler. Mesleki olarak, mesleğe yönelik etik ilkeler görmezden gelinmemelidir. Araştırmacının ilkeleri mesleğin temsil ettiği ilkelere ters düşemez. Toplumsal olarak, eğitimci ve araştırmacı kimliği ile yapılan araştırmaların yaptıkları toplumu etkileyecekse araştırmacı etik kuralları görmezden gelemez.

Araştırmacı sosyal adalet, eşitlik, özgürlük ve yaşamı zenginleştirici olma gibi sosyal prensipler edinilmelidir (Uzuner, 2005, s. 10). Bu araştırmada araştırmacı bu ilkelere uymaya çalışmıştır.

Bilimsel araştırmaların yürütüldüğü üniversitelerde etik ilkeleri uygulamak için araştırmanın katılımcılarını korumak araştırmada zarar görmesini engellemek için denetleyici etik kurullar oluştururlar. Bu ilkeler için gerekli kurumlardan gerekli onay belgesinin alınması gerekmektedir. Bu araştırmaya karar verildikten sonra araştırmacı araştırma süreci boyunca çalışmasını gizlilik içinde gerçekleştireceğine dair ve katılımcıların güvenliğine dair temin eden bir araştırma önerisinde bulunmuştur. Araştırmacı, bağlı olduğu Anadolu Üniversitesi Etik Kurul Komisyonuna araştırmanın önerisini sunmuştur. Araştırma önerisinde, araştırmanın problem durumu, amacı, önemini, sınırlıklarını, yöntemini, çalışma takvimi, özeti ve katılımcılara uygulanacak olan görüşme sorularını içeren bir araştırma önerisi ile Anadolu Üniversitesi Etik Kurul Komisyonuna başvuru yapılmıştır (EK-1). Araştırma etik kurul tarafından onaylandıktan sonra araştırmaya başlamadan, araştırmanın yürütüleceği kurumun yöneticilerinden onay alınmıştır. Daha sonra katılımcılara ulaşmadan önce, araştırmanın gerçekleştirileceği kurumun bağlı olduğu makam olan Ankara İlinde uygulamanın yapılacağı okulun bağlı olduğu ilçe Milli Eğitim Müdürlüğü'ne araştırmanın tüm süreçleri ile ilgili bilgilerin yer aldığı araştırma önerisi, gönüllü katılım formları ve veri toplama araçları örneği ile uygulama izni almak amacıyla başvuru gerçekleştirilmiştir. Ankara'da İlçe Milli Eğitim Müdürlüğü'nde ilgili komisyon araştırma önerisini incelemiş ve araştırma başvurusunu oy birliği ile kabul etmiştir (EK-2). Bu araştırma için etik ilkeler göz önünde tutularak öncelikle uygulamaların yapılabilmesi için gerekli yasal izinler alınmıştır. Araştırmanın etiğini sağlamak için katılımcıların fiziki veya psikolojik baskı altında olmadan kendi istekleriyle, gönüllü olarak katılmaları sağlanmıştır.

Araştırmacı uygulamaya başlamadan önce, araştırmanın katılımcıları olan öğrencilere ve ailelere araştırmanın amacını, araştırmada ne tür veriler elde edeceğini, toplanan verilerin ne amaçla kullanılacağı, her bir katılımcının araştırmadaki rolüne ilişkin bilgi verilmiştir. Bu bilgiler Covid 19 sebebi ile telefon görüşmeleri sağlanmış ve görüşmelerde ailelere ayrıntılı bir biçimde bilgi verilmiştir. Bu bilgilendirmeden sonra katılımcılara "bilinçli rıza formu" olarak adlandırılan araştırma gönüllü katılım formu sunularak katılımcılardan imza alınmıştır (EK-3, EK-4,).

Araştırma sürecinde yapılacak uygulamalar katılımcılara açık şekilde gerekli bilgi verildikten sonra gönüllü katılım esas alınmış ve araştırma katılımcılarına süreçte çekilmek istediklerinde, çekilme özgürlüklerinin olduğu bilgisi verilmiştir. Bununla birlikte katılımcılara “aldatmama/yanıltmama” etik ilkesi gereği araştırma ile ilgili olarak tüm bilgiler doğru bir biçimde sunulmuştur. Araştırmalarda en önemli ilkelerden biri gizlilik ilkesidir. Gizlilik ilkesi katılımcıları stresten, utanmadan ve istenmeyen şekilde isminin yayılmasından korur. Araştırma boyunca toplanan tüm verileri katılanların kendisine karşı kullanmasını engeller. İsim değiştirmenin gerektiği veya gerekmediği durumlar olabilir (Uzuner, 2005, s. 10). Bu çalışmada araştırmanın her aşamasında gizlilik ilkesine dikkat edilmeye, edinilen tüm bilgiler gizli tutulmaya özen gösterilmiştir. Araştırmanın gizlilik ilkesi gereği, araştırmanın katılımcılarına ilişkin ayrıntılı olarak kişisel bilgilere yer verilmemiştir. Bütün katılımcılara ilişkin bilgilerde katılımcıların isimleri yerine kodlar kullanılmıştır.

3.12. Uygulama sürecinde yaşanan güçlükler

Bu araştırmanın planlanmasında, uygulama sürecinde araştırmacı birtakım güçlüklerle ve sorunlara karşılaşmıştır. Bazıları araştırmanın konusu ve planlanmasına yönelik ortaya çıkan sorunlardır. Bazıları ise araştırmanın uygulandığı süreçte küresel olarak görülen Covid-19 pandemi sürecinden kaynaklanan sorunlardır. Ülkemizde sistem ve uygulamalardan kaynaklı eylem araştırmaların yürütülmesinde araştırmayı olumsuz etkileyen bazı faktörler bulunmaktadır (Ekiz, 2003, s. 165-166). Ülkemizdeki öğretim programının birer yönlendirici olan öğretmenlerin gerek gördüğü durumlarda yaratıcılığını kullanarak öğretim için düzenlemeler yapabilmesi gerekirken, eylem araştırması yasal izin sürecinde araştırmada uygulanacak her etkinliğin baştan planlı olarak istenmesi bağlamsal değişimlere izin vermemektedir. Aynı zamanda araştırma yasal izin sürecinin uzaması uzamasına neden olmaktadır. Covid 19 pandemi süreci ise eylem araştırmasının bir kısmının uzaktan online gerçekleştirilmesine neden olmuştur. Bu durum uzaktan eğitim sorunlarının eylem araştırması sürecine yansımaya neden olmuştur.

4. BULGULAR

Bu bölümde sosyal bilgiler dersinde ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlığı becerisinin geliştirilmesi sürecine yönelik bulgulara yer verilmiştir. Araştırma verilerinin analizi sonucunda bulgular medya okuryazarlığı alt becerilerinin başlıkları halinde sunulmuştur.

4.1. Medya Okuryazarlığı Becerisi

Bu araştırma öğrencilerin medya okuryazarlığı becerisini geliştirmeyi amaçlamıştır. Araştırmada medya okuryazarlığının alt becerileri ile ilgili eylem planları geliştirilmiştir. Veri analizi ile elde edilen bulgular, farkındalık, erişim, analiz ve değerlendirme, üretim, paylaşım ve aktivizm alt becerileri başlıkları altında verilmiştir.

4.1.1. Farkındalık becerisi

Öğrencilerin medya okuryazarlığı becerisinin alt becerisi olan farkındalık becerisine yönelik bulgular, Öğrencilerin Farkındalık Becerisi Mevcut Durumu ve Eksiklikleri, Farkındalık Becerisi Eylem Planları ve Öğrencilerin Farkındalık Becerisindeki Gelişmeler başlıklarında verilmiştir.

4.1.1.1. Öğrencilerin Farkındalık Becerisi Mevcut durum ve Eksiklikleri

Öğrencilerin farkındalık becerisi algılarını geliştirmek için uygulama öncesi öğrencilerin mevcut durum ve eksiklikleri ön görüşmeler ile belirlenmiştir. Bu amaçla öğrencilere “Medya mesajı denince ne anlıyorsun?”, “Medyada çıkan mesajların gerçekliği konusunda neler düşünüyorsun?”, “İletilen medya mesajlarının amaçları neler olabilir?”, “Medyanın dili ya da çekiciliği deyince senin için ne anlam ifade ediyor?”, “Medya mesajının temsiliyeti deyince ne anlıyorsun?”, “Medya mesajında hedef kitlesi deyince senin için ne anlam ifade ediyor?” soruları sorulmuştur. Bu sorular ile öğrencinin farkındalık becerisine yönelik mevcut durumu anlaşılmasına çalışılmıştır. Öğrencilerle yapılan yarı-yapılandırılmış görüşme sonrası öğrencilerin farkındalık becerisi konusundaki görüşleri Tablo 4.1’de verilmiştir.

Tablo 4.1. Öğrencilerin Farkındalık Becerisine İlişkin Görüşleri (Mevcut durum)

Temalar	Mevcut Durum (Ön Görüşmeler)	F
Medya mesajı	Sosyal medya mesajları	11
	Whatsapp	3
	İnstagram, Facebook, Twitter gibi	3
	Fikrim yok	1
Medyada çıkan mesajların gerçekliği yansıtması	Bazen yansıtır bazen yansıtmaz	8
	Bazen yansıtır	4
	Bazen yansıtmaz	4
	Yansıtmaz	2
	Bilmiyorum	2
İletilen medya mesajlarının amaçları	Bilgi vermek	9
	Bilmiyorum	5
	Halkı etkilemek	2
	İletişim kurmak	2
Medyanın dili ya da çekiciliği	Bilmiyorum	14
	Reklamlar	4
	İnsanın dikkatini çekme	2
Medya mesajının temsiliyeti	Bilmiyorum	13
	Reklam olabilir	3
	Mesajı başlatan kişi	2
	Medyada bilgilendiren kişi	2
Medya mesajında hedef kitle	Bilmiyorum	12
	Anlamadım	3
	Ulaşmak istenen insan	3
	Belli bir kitleye ulaşma	2

Tablo 4.1’de görüldüğü gibi, eylem planları uygulaması öncesi yapılan ön görüşmelerde öğrenciler sorulara daha çok kısa yanıtlar vermiş açıklama yapamamışlardır. Öğrencilerin uygulama öncesi medya mesajına ilişkin görüşlerine baktığımızda, medyayı daha çok sosyal medya mesajları ve sosyal medya araçları olarak algıladıkları örneğin Whatsapp, İnstagram, Facebook, Twetir gibi yorumladıkları, ayrıca fikrim yok olarak ifade ettikleri görülmektedir. Tablo 4.1’de görüldüğü gibi öğrencilerin medya mesajlarını sosyal medya olarak algıladıkları görülmektedir. Öğrenciler televizyon, gazete, dergi gibi medya mesajı gönderen diğer medya mesajlarının yer aldığı araçlardan söz etmemişlerdir. Öğrencilerin medya mesajına yönelik görüşleri şöyledir:

Hakan: Facebook

Elif: Sosyal medya

Berkay: Instagram, Facebook, Twitter, Whatsaptan mesajlaşmak,

Özlem: Sosyal medyadan mesajlaşmak

Yusuf: Hiç duymamıştım medya araçlarına benzer bir şey mi?

Tablo 4.1’de görüldüğü gibi eylem planları uygulaması öncesi yapılan ön görüşmelerde öğrencilerin medyada çıkan mesajların gerçekliği yansıtması konusundaki görüşlerine baktığımızda, bazen yansıtır bazen yansıtmaz, bazen yansıtır, yansıtmaz, bilmiyorum şeklinde kısa cevaplar verdiği görülmektedir. Fakat öğrenciler medya mesajlarının neden bazen gerçeği yansıtıp bazen yansıtmadığına ilişkin herhangi bir görüşte bulunmamışlardır. Medya okuryazarlığı bağlamında değerlendirdiğimizde medya mesajlarının gerçekliği yansıtması konusunda öğrencinin resmi sayfa, birinci elden bilgi edinme şeklinde ayrımı yapması gerekirken, öğrenciler bazen yansıtır bazen yansıtmaz şeklinde cevaplamışlardır. Öğrencilerin medyada çıkan mesajların gerçekliği yansıtmasına yönelik görüşleri şöyledir:

Irmak: Yansıtmaz. Yanlıdır. Ama bazıları gerçek olabilir bazıları gerçek olmayabilir.

Ali: Bazıları gerçek ama hepsi olmayabilir. Yansıtmaz. İnanmıyorum.

Eylül: İnanmıyorum. Araştırmak lazım

Ezgi: Hayır yansıtmaz. Yanlış şeyler olabiliyor. Güvenmemek lazım.

Bir sürü yalan haber var.

Murat: Bazen yansıtıyorlar. Yüzde doksan yansıtıyorlar.

Özlem: Bazen yansıtır bazen yansıtmaz. Ama çok değil.

Berkay: Hayır. İşlerine gelmez.

Yusuf: Bazıları yansıtır bazıları yansıtmaz.

Elif: Bilmiyorum.

Atahan: Bilmiyorum. Bazılarına inanıyorum.

Tablo 4.1’de görüldüğü gibi eylem planları uygulaması öncesi yapılan ön görüşmelerde öğrencilerin iletilen medya mesajlarının amaçları konusundaki görüşleri bilgi vermek, bilmiyorum, halkı etkilemek, iletişim kurmak şeklinde yanıt verdikleri görülmektedir. Oluşturulan bütün medya mesajlarına baktığımızda her medyanın farklı bir amacı vardır. Medya mesajları bireyleri etkilemek, kamuoyu oluşturmak, bilgi vermek, ticari amaç gütmek gibi bazı amaçları vardır. Öğrencilerin yanıtlarına baktığımızda öğrencilerin çoğunluğunun medya mesajlarını yalnızca bilgi vermek olduğunu, diğer çoğunluğunda bilmiyorum şeklinde dile getirmişlerdir. Öğrencilerin medya mesajlarının amaçlarına yönelik görüşleri şöyledir:

Özlem: Bilgi vermek amaçlı olabilir.

Elif: Bilmiyorum, geçelim.

Melek: Bilmiyorum ki. Nasıl yani.

Emre: Halkı etkilemek, internet sitesinde yazdığının okunması için yazılan yazı.

Daha çok okunmak.

Eylül: Bilmiyorum, uyarı olabilir.

Çiğdem: İletişim kurmak, arkadaşlık ilişkisi, marka fenomenleri.

Tablo 4.1’de görüldüğü gibi eylem planları uygulaması öncesi yapılan ön görüşmelerde, öğrencilerin medyanın dili ya da çekiciliği konusundaki görüşleri çoğunluğunun bilmiyorum şeklinde yanıtladıkları, diğerlerinin ise reklamlar, insanın dikkatini çekme şeklinde açıklama yapmadan kısa cevaplar verdikleri görülmektedir. Farkındalık becerisi yönelik medyada kullanılan bireyleri etkilemek ve dikkatini çekmek için uygulanan yöntemlerinin farkına varması medya okuryazarlığı için öğrencinin sahip olması gereken önemli bir beceridir. Öğrencilerin cevaplarına baktığımızda çoğunluğun bilmiyorum şeklinde yanıt verdikleri görülmektedir. Öğrencilerin medyanın dili ya da çekiciliği konusundaki görüşleri şöyledir:

Murat: Hiçbir şey anlam ifade etmiyor.

Eda: Reklamlar

Atahan: Bilmiyorum. Anlatım biçimi mi?

Eylül: İnsanların dikkatini çekme. Boya var.

Özlem: Bilmiyorum. Instangramda kullanılan dil mi acaba

Tablo 4.1’de görüldüğü gibi eylem planları uygulaması öncesi yapılan ön görüşmelerde, öğrencilerin medya mesajının temsiliyeti konusundaki görüşleri bilmiyorum, reklam olabilir, mesajı başlatan kişi, medyada bilgilendiren kişi şeklinde kısa cevaplar verdiği görülmektedir. Farkındalık becerisine sahip olan bir öğrencinin medya mesajının kim tarafından temsil edildiği bilgisine sahip olması önem arz etmektedir. Öğrencilerin yanıtlarına baktığımızda yarısından fazlasının bilmiyorum şeklinde yanıtladıkları, bu kavramla ilgili bilgi sahibi olmadığı düşünülmektedir. Öğrencilerin medya mesajının temsiliyetine yönelik görüşleri şöyledir:

Ezgi: Bilmiyorum. Hiçbir şey anlamadım.

Eda: Bilmiyorum.

Hakan: Çok bir şey anlamadım.

Berkay: Mesajı başlatan kişi.

Yusuf: Temsil eden birimi destekleyen.

Elif: Yok, bilmiyorum

Tablo 4.1’de görüldüğü gibi eylem planları uygulaması öncesi yapılan ön görüşmelerde, öğrencilerin medya mesajında hedef kitlesi konusundaki görüşleri bilmiyorum, anlamadım, ulaşmak istenen insan, belli bir kitleye ulaşma şeklinde kısa cevaplar verdiği görülmektedir. Oluşturulan medya mesajlarında öğrencinin hedef kitlesi olarak kimlerin belirlendiğinin farkına varması farkındalık becerisi için önemlidir. Öğrencilerin cevaplarına baktığımızda yarısından fazlasının medyada mesajında “Hedef kitlesinin ne anlama geldiğini bilmiyorum” şeklinde cevap verdikleri görülmektedir. Öğrencilerin medya mesajında hedef kitlesine yönelik görüşleri şöyledir:

Eylül: Bir şey gelmedi. Bilmiyorum.

Ali: İçeriğin kimi gitmesini istiyorsa onlar.

Özlem: Ulaşmak istenen insan. Sosyal medyada kimin baktığı.

Ezgi: Belli bir kitleye ulaşma. Bunun hedef kitlesi gençler, insanları etkilemek.

Eylem planı uygulaması öncesi mevcut durumu tespit etmek amacıyla yapılan ön görüşmelerde öğrencilerin medya okuryazarlığının alt becerisi olan farkındalık becerisinde medya mesajının ne anlama geldiğini, medya mesajının oluşturulma amacı, medya mesajlarında kullanılan dil, medya mesajında temsiliyet gibi konularda eksiklerin olduğu görülmektedir.

4.1.1.2. Farkındalık Becerisi Eylem Planları

Farkındalık becerisine yönelik mevcut durum belirleme çalışmaları sonucunda öğrencilerin farkındalık becerisini geliştirmeye ihtiyacın olduğu ortaya çıkmıştır. Beceriye geliştirmek amacı ile “Osmanlı Devleti’nde ıslahat hareketleri sonucu ortaya çıkan kurumlardan hareketle toplumsal ve ekonomik değişim hakkında çıkarımlarda bulunur.” kazanımına yönelik ders planı hazırlanarak uzman görüşüne sunulmuştur. Uzmanlar ilk uygulamanın medya okuryazarlığının temel kavramlarını pekiştirmeye yönelik bir ders planı hazırlanması gerektiğine karar vermiştir. Bu karar doğrultusunda ders planı hazırlanmıştır. Uzmanların görüşleri doğrultusunda 05.03.2021 tarihinde ders planı uygulanmıştır. Farkındalık becerisini geliştirmeye yönelik bu derste medya, medya okuryazarlığı, medyanın kullandığı ön yargılar, kalıp yargılar, medya mesajı, medyanın dili, çekiciliği, medyada temsiliyet, hedef kitlesi gibi kavramlara dikkat çekilmiştir. Farkındalık becerisini geliştirilmeye yönelik üç eylem planı uygulanmıştır. Bu bağlamda derslerde kullanılan kavramlara yönelik ev ödevi ve grup çalışması şeklinde etkinlik

yapılmıştır. Farkındalık becerisini geliştirmeye yönelik birinci eylem planı Tablo 4.2’de gösterilmiştir.

Tablo 4.2. Farkındalık Becerisine İlişkin Birinci Eylem Planı

Dersin adı	Sosyal Bilgiler
Sınıf	7B
Süre	30
Öğrenme Alan	Kültür ve Miras
Konu	Islahatlarla Değişen Kurumlar
Kazanımları	SB.7.2.4. Osmanlı Devleti’nde ıslahat hareketleri sonucu ortaya çıkan kurumlardan hareketle toplumsal ve ekonomik değişim hakkında çıkarımlarda bulunur.
Yöntem ve Teknikler	Sunuş yolu, Buluş Yolu, Anlatım tekniği, Soru- cevap yöntemi,
	I.GİRİŞ
Dikkati Çekme	Öğretmen medya nedir, medya okuryazarı ne demek, nasıl medya okuryazarı olunur sorusunu sınıfa sorar.
Güdüleme	Bu dersle medyanın ne anlama geldiğini, medya okuryazarı nasıl olunur onu öğreneceksiniz ve bilinçli bir medya kullanıcısı olacaksınız.
Gözden Geçirme	Bilinçli bir medya kullanıcısı ve medya okuryazarı olacaksınız.
Derse Geçiş	Medya ne demektir sorusu sorulur.
	II. GELİŞTİRME
	Öğrencilere medya kavramının tanımı yaptırılır.
	Okuryazarlık kavramının tanımı yaptırılır.
	Bu tanımlardan yola çıkarak medya okuryazarlığı ne anlama geldiği çıkarımı yaptırılır.
	Öğretmen medyanın tanımını yapar.
	Öğretmen medya okuryazarlığının tanımını yapar.
	Öğretmen medya okuryazarlığı becerisi kavramının tanımını yapar.
	Medya mesajının ne anlama geldiği öğrencilere öğretmenin rehberliğinde buluş yolu ile çıkarım yaptırılır.
	Medyanın amacı deninceucu açık bırakılan bir soru sorulsa size bu soruyu nasıl tamamladınız sorusu sorulur ve öğrenciler tamamlanması istenir
	Medyanın amacının ne olabileceği açıklamaları öğretmen tarafından yapılır.
	Medyadaki mesajın ne anlama geldiği sorulur. Öğrenciler cevap verdikten sonra medya mesajının ne demek olduğu öğretmen tarafından öğrencilere anlatılır.
	Medyanın dili ya da çekiciliği denilince ne ifade edildiği sorulur.
	Buluş yolu ile öğrencilere medyanın dilinin ve çekiciliğinin ne demek olduğu çıkarımı yaptırılır.
	Medya da temsilîyetin ne anlama geldiği sorusu sorulur.
	Cevaplardan sonra öğretmen temsilîyetin ne anlama geldiğini açıklar.
	Hedef kitlesinin ne anlama geldiği sorusu sorulur.
	Medyada hedef kitlesinin ne anlama geldiği sorusu sorulur.
	Öğrencilere medyada hedef kitlesi kavramının çıkarımı yaptırılır.
	III. SONUÇ
Ölçme ve Değerlendirme	Buluş yolu yöntemi ile öğrencilere sorular sorarak: Medya okuryazarlığı kavramının analizini yaptırır. Ticari ve ekonomik amacın ne anlama geldiğinin analizini yaptırır. Öğrenciler medyanın dilini ve çekiciliğinin ne anlama geldiğini açıklar.
Alıştırma/Ödev	Defterinize bir günde karşılaştığımız medya araçlarını yazınız. Karşılaştığımız bir medya mesajını aşağıdaki başlıkları dikkate alarak medya okuryazarlığı çerçevesinde analiz ederek defterinize yazınız Medya mesajının amacı nedir? Medya mesajı kimleri temsil etmektedir? Medyanın dili ve çekiciliği için neler kullanmışlardır? Medya mesajının hedef kitlesi kimlerdir? Defterinize yazdığınız notları Whatsapp üzerinden bana iletiniz.

Ders planda belirtildiği şekilde işlenmiştir. Bu plan kapsamında farkındalık becerisini geliştirmek için medya okuryazarlığının temel kavramları ve farkındalık becerisinin temel ilkeleri kazandırılmaya çalışılmıştır. Medya okuryazarlığı kavramı için öncelikle okuryazarlık kavramının ne anlama geldiğinin çıkarımı öğrencilere yaptırılmaya çalışılmıştır. Buna yönelik simge ve sembollerin anlamları üzerinden sorular sorulmuştur. Okuryazarlığın simge ve semboller gibi harfleri anlamlandırması olarak ifade edilmiş ve okuryazarlığın çıkarımı yaptırılmıştır. Öğrencilere medya okuryazarlığı kavramı sorulmuştur. Öğrenciler duygu ve düşüncelerini ifade etme, erişileni okumamız, sosyal medyada haklarını savunan şeklinde ifade etmişlerdir. Öğrencilerden Ezgi ise “Bir şeyleri çözümlenmek demiş” ve bunun üzerine öğretmen “Çözümlenmek derken medyada gördüğün bir şeyi okudun çözümlenmiş mi oluyorsun?” şeklinde sorular sorarak öğrencinin çıkarım yapmasını sağlamıştır. Birinci eylem planı 05.03.2021 tarihinde Cuma günü saat 11.15’te video ders kayıtlarına bir bölümü şu şekilde yansımıştır:

Öğretmen: Sizce medya okuryazarlığı nedir?

Irmak: Duygu ve düşüncelerini ifade etme.

Elif: Erişileni okumamız. Öğrenmemiz gerekiyor.

Deniz Su: Ben instagramda görüyorum. Sosyal medyada haklarını savunan. Şöyle şöyle şu durumla karşılaştım. Medya okuryazarlığı da buna giriyor.

Melek: Çizgi filmler, onu izleyecekler uygun mu değil mi diye bakıyor. Okuyor yazıyor.

Ezgi: Bir şeyleri çözümlenmek

Öğretmen: Peki biz medyayı nasıl çözümleneceğiz?

Eda: Böyle sorduklarında bende nasıl çözümleneceğimi bilmiyorum.

Öğretmen öğrencilere medyanın amacını ne olduğunu ve medya mesajını hangi amaç ile kullanıldığını farkına varması için medyanın amacı ne olabilir sorusunu sormuştur. Öğrenciler kendi çıkarları, bilgilendirme, öğretmek amaçlı olmuş olabilir, haber alma, bunların hepsi iletişim olabilir şeklinde ifade etmişlerdir. Öğrencilerden Boran “Bilgilendirme, öğretmek amaçlı olmuş olabilir” şeklinde cevap vermiştir. Öğretmen öğrencilere medya mesajını hangi amaçla kullanıyorsunuz sorusunu sormuştur. Öğrenciler “Güncelliği takip etmek, eğlenmek, öğrenmek” şeklinde ifade etmişlerdir. Öğrencilerden Irmak ise “Örneğin tuvalette kitli kaldım, kapıyı nasıl açacağım nasıl yapacağım onu öğreniriz” cevabını vermiştir. Öğrencilerin diğer cevapları kayıtlara şu şekilde yansımıştır:

Öğretmen: Sizce medyanın amacı ne olabilir?

Boran: Kendi çıkarları.

Beren: Bilgilendirme, öğretmek amaçlı olmuş olabilir.

Ezgi: Bilgilendirme, öğretmek amaçlı olmuş olabilir. Haber alma, Bunların hepsi iletişim olabilir.

Öğretmen: Medya mesajını hangi amaçla kullanıyoruz?

Çınar: Güncelliği takip etmek.

Beren: YouTube. Video izlemek.

Irmak: Örneğin tuvalette kitli kaldım nasıl yapacağım. Videodan açıp indirmek, eğlenmek

Murat: Oyun oynuyoruz.

Ali: Online ders izleyebiliriz.

Öğretmen bu cevaplardan sonra öğrencilerin medya mesajında kullanılan ikna tekniklerinin farkına varması için medya mesajında ikna etmek size ne anlam ifade ediyor sorusunu sormuştur. Öğrenciler “Trent yol, reklamlar” şeklinde cevaplar vermişlerdir. Öğretmen medyada ikna etme tekniğinin ne anlama geldiğini anlatım yolu ile açıklamıştır. Öğretmen reklamların niçin kullanıldığını sormuştur. Öğrenciler “Para, ekonomik kazanç” cevabını vermişlerdir. Öğrencilerden Eda “İnsanları ikna etmek için” cevabını vermiştir. Bunun üzerine öğretmen “Medyanın dili ve çekiciliği nedir? sorusunu öğrencilere yöneltmiştir. Öğrenciler “reklamlar” ve “Reklamlardaki ikna tekniklerini” cevap olarak vermişlerdir. Öğrencilerden Elif “Bir şeyi tanıtmak için yapılıyor” cevabını vermiştir. Öğrencilerin verdikleri diğer cevaplar kayıtlara şu şekilde yansımıştır:

Öğretmen: Medyanın dili ve çekiciliği ne demek?

Eda: Trent yol, reklamlar.

Deniz Su: İnsanları ikna etmek için kullanılan şey.

Elif: Bir şeyi tanıtmak için yapıyor. Taktikler kullanıyor.

Ali: Aslında ürünün indirimli fiyatı aslında normal fiyatı. İndirimli göstermek için. Önce çok çok yüksek bir fiyat koyuyorlar. Aslında normal bir fiyat indirimliymiş gibi satıyorlar.

Özlem: Aslında normal fiyatına indirim yapmış gibi gösteriyorlar.

Murat: Örneğin sakız çiğniyorlar. Bir şeyler yapıyorlar. Yakışıklıysa, güzelse o ürüne yakışacak birini seçiyorlar. Oynatıyorlar.

Emre: Seçilen müziklerde öyle. Müzik sesi gelince neyin geleceğini anlıyorum. Hemen ilerletiyorum.

Berkay: Müzikle bakışıyorlar sürekli.

Ali: Yabancılarda daha kısa iken o bakışmalarla bizi 2 saat tutuyorlar.

Öğrenciler yöneltilen sorular doğrultusunda insanları etkilemek için reklamlarda kullanılan müzikleri, ürünlerdeki fiyat değişikliğine yönelik kullanılan indirim

yöntemlerini ifade etmişlerdir. Öğretmen yöneltilen soruların öğrencilerin ilgisini çektiğini ve günlük yaşamda gördükleri reklamlar üzerinden yorumlar yaptıklarını gözlemlemiştir. Dersin süresi dolması üzerine öğretmen öğrencilere ikna teknikleri ile ilgili bir sonraki dersin başında konuya tekrar değineceğini öğrencilere duyurmuştur.

Öğretmen farkındalık becerisi için görüşlerini günlüğüne kaydetmiştir. Öğretmen yaptığı ilk derste öğrencilerin dersin kayıt altına alındığının farkına varmaları, öğrencilerde derse katılımı çekingenlik göstermelerine neden olduğunu gözlemlemiştir. Öğrencilerin derste geçen kavramlara ilgi gösterdiğini gözlemlemiştir. Öğretmen ilk ders uygulamasına ilişkin görüşlerini günlüğüne şu şekilde yansıtmıştır:

Farkındalık becerisine yönelik yaptığımız ilk ders uygulamasında öğrenciler dersin kayıt altına alındığını gördüğünde ilk dakikalarda özellikle gergin görünüyordular. Normalde ders esnasında sorulan sorulara daha uzun cevaplar verirler. Daha aktif ve hareketlidirler. Bugün sorulara çok kısa cevaplar veriyorlardı. Ayrıca Covid 19'dan dolayı uzun süredir yüz yüze ders yapmıyorduk. Hastalığın bulaşmasının kaygısı ve gerilimi de vardı. Derse geçtiğimizde öğrencileri derse kattığımda rahatladılar ve derse katılmaya başladılar. Öğrencilerin derse ilgisi çok güzeldi. Özellikle medya, medya okuryazarlığı gibi kavramlara ilgileri çok fazla. Ama bu kavramların ne anlama geldiği konusunda ön görüşmelerde olduğu gibi bilgilerinin eksik olduğunu fark ettim. Derste medya ve medya okuryazarlığının ne anlama geldiğini, medya mesajının ne anlama geldiği üzerine durduk. Özellikle medyanın dili ve çekiciliğine ilişkin bilgi verilince çevresinde gördüklerini daha çok örnek vermeye başladılar. Derste daha çok medya okuryazarlığı kavramlarının ne anlama geldiği ve bunları öğrenmekle neyi amaçladığımızı üzerine durduk. Öğrencilerin temel kavramların eksikliğinden dolayı sosyal bilgiler kazanımı ile bağlantı kurmasına kadar gelemedik. Dersin sonunda dersin öğrencilerin ilgilerini çektiğini fark ettim. Dersimiz ile ilgili pekiştirme amaçlı evde yapılacak olan ödevlendirmeler için öğrenciler ile Whatsapp grubu kurduk (Öğretmenin günlüğü 05. Mart 2021).

Farkındalık becerisini geliştirmeye yönelik ikinci ders planı sosyal bilgiler dersinin kültür ve miras öğrenme alanında “Osmanlı Devleti’nde ıslahat hareketleri sonucu ortaya çıkan kurumlardan hareketle toplumsal ve ekonomik değişim hakkında çıkarımlarda bulunur.” kazanımına yönelik hazırlanmış ve uzman görüşüne sunulmuştur. Ders planı uzman görüşü alınarak 12.03.2021 tarihinde uygulanmıştır. Ders planında bir önceki planda zaman yetmediği için tam olarak pekişmediği düşünülen medyanın dili ve çekiciliği, medyada temsiliyet, hedef kitlesi gibi kavramlarda yer almıştır. Bununla birlikte tüketim kültürü, reklamcılık, medyanın toplum üzerindeki etkisi vurgulanmıştır. Bu amaçla ders planında medyada erişilene karşı farkındalık oluşturmak, çoklu okumalar ile

farkındalık becerisini geliştirmek için uygulamalı olarak yazılı, görsel ve işitsel dilin en güçlü olarak kullanıldığı bir reklam üzerinden medya analizi yapılmıştır. Birinci eylem planında medya okuryazarlığının temel kavramları üzerine durulmuştur. İkinci eylem planında ise sosyal bilgiler kazanımı bağlamında uygulamalı olarak medya analizi yapılmıştır. Bu bağlamda öğrencilere bireysel olarak ev ödevi şeklinde etkinlik ödevi verilmiştir. Etkinlikte öğrencilere o hafta gördükleri bir reklam analizi yapmaları için çalışma kâğıtları verilmiştir. Uzman görüşü alınarak hazırlanan ikinci eylem planı 12.03.2021 tarihinde yüz yüze uygulanmıştır. Uygulanan eylem planı Tablo 4.3’de gösterilmiştir.

Tablo 4.3. Farkındalık Becerisine İlişkin İkinci Eylem Planı

Dersin adı	Sosyal Bilgiler
Sınıf	7B
Süre	30
Öğrenme Alan	Kültür ve Miras
Konu	Islahatlarla Değişen Kurumlar
Kazanımları	SB.7.2.4. Osmanlı Devleti’nde ıslahat hareketleri sonucu ortaya çıkan kurumlardan hareketle toplumsal ve ekonomik değişim hakkında çıkarımlarda bulunur.
Yöntem ve Teknikler	Sunuş yolu, Buluş Yolu, Anlatım tekniği, Soru- cevap yöntemi,
Dikkati Çekme	I.GİRİŞ Öğretmen öğrencilere, Ziraat Bankası ile ilgili öğrencilerin bir fikri olup olmadığını sorar. Medyada bu banka ile ilgili herhangi bir paylaşımın karşılaşıp karşılaşmadıklarını sorar.
Güdüleme	Bu derste Osmanlı Devleti zamanında kurulan Ziraat Bankasının günümüzde nasıl kullanıldığını ve medyada yer alan reklamların bizi nasıl etkilemeye çalıştıklarını medya okuryazarlığı becerisini kullanarak analizini yapacağız.
Gözden Geçirme	Bilinçli bir medya kullanıcısı ve medya okuryazarlığı olacaksınız. Medyanın bizi nasıl etkilemeye çalıştığını ve medyanın ne anlama geldiğini öğreneceksiniz
Derse Geçiş	Ziraat Bankası Osmanlı Devletinde hangi amaçla kurulduğu sorusu sorulur.

II. GELİŞTİRME

Öğretmen tarafından anlatım yöntemi ile Osmanlı Devletinde Ziraat Bankasının kuruluş amacı anlatılır.

Öğrencilere, günümüzde bu banka ile ilgili öğrencilerin bir fikri olup olmadığı sorusu sorulur. Medyada bu banka ile ilgili herhangi bir paylaşımın karşılaşıp karşılaşmadığı sorulur.

Ardından Ziraat Bankasının 152.yıl reklamı izletilir. (<https://www.youtube.com/watch?v=2UvQ1yTmIMQ>)

Öğrencilere bu reklam size ne hissettirdi? Sorusu sorulur.

Sizce bu reklam gerçek bir ortamda mı çekilmiş? Sorusu sorulur.

Öğretmenin rehberliğinde öğrencilere reklamların kurgulanmış olduğu kavratılır.

Kurgulanmışlık kavramının tanımı yapılır.

Öğrencilere reklamın tekrar izletileceği açıklanır.

Tablo 4.3. (Devam) *Farkındalık Becerisine İlişkin İkinci Eylem Planı*

Öğrencilere reklamda kullanılan kültürel değerleri not almaları istenir.

Reklam bittikten sonra öğrencilerden alıkları notları paylaşımları istenir. (Paylaşımların sonunda öğrencilere reklamda kullanılan kalıp yargılar ve ön yargılar fak ettirilir)

Öğrencilerden gelen cevaplar doğrultusunda, öğrencilerin neden aynı reklamı izlememize rağmen farklı farklı notlar aldıklarına yönelik sorular sorulur.

Öğrencilere tercih kavramının tanımı yaptırılır.

Öğretmenin rehberliğinde aynı mesajın insanlar üzerinden farklı etki bırakabileceğinin analizi yaptırılır.

Reklamda kullanılan müzikler hakkında ne düşündükleri sorulur.

Aşağıda yer alan Ziraat Bankası Logosu basılı medya yolu ile öğrencilere gösterilir. Öğrencilere kullanılan renklerle ilgili fikirleri sorulur. Öğrencilere logo üzerindeki hem bankanın baş harflerinin (ZB) kullanıldığının hem de çiftçiye destek sağladıklarını ikna etmek için başak simgesinin kullanıldığının analizi yapılır.



Öğrencilere medyanın kendine ait bir dilinin ve çekiciliğinin olduğu, öğretmenin rehberliğinde analizi yapılır.

Bu reklamın amacı nedir? Bize vermek istediği mesaj nedir? Sorusu sorulur. Öğrencilere medya mesajının ne anlama geldiği kavratılır.

Öğretmenin rehberliğinde reklamların asıl amacının ekonomik olduğu kavratılır.

Bu reklamın hedef kitlesi kimdir sorusu öğrencilere sorulur.

Öğretmenin rehberliğinde hedef kitlesinin ne anlama geldiği ve bu reklamın hedef kitlesinin kim olduğu çıkarımı yaptırılır.

Öğrencilere Reklam teknikleri, Slogan, Afiş örnekleri, Propaganda, İkna teknikleri gibi kavramların tanımı yapılır.

III. SONUÇ

Ölçme ve Değerlendirme	Dersin sonunda öğretmen buluş yolu yöntemi ile öğrencilere sorular sorarak: Medya okuryazarlığı kavramının analizi yaptırılır. Medyada kullanılan önyargıların kalıp yargıların ne anlama geldiğinin analizini yaptırılır. Medyada kurgulanmışlık kavramının analizi yaptırılır. Ticari ve ekonomik amacın ne anlama geldiğinin analizini yaptırılır. Öğrenciler medyanın dilini ve çekiciliğinin ne anlama geldiğini açıklar.
Alıştırma/Ödev	Bu hafta televizyonda izlediğiniz bir reklamı medya okuryazarlığı becerisi çerçevesinde inceleyerek yazınız. Reklamda kullanılan ön yargılar, kalıp yargılar, kültürel unsurlar, Kullandıkları dil ve görseller, hedef kitlesinin kimler olabileceği bağlamında inceleyerek yazınız. Yazdığınız ödevi Whatsapp üzerinden bana iletiniz.

Farkındalık becerisini geliştirmeye yönelik ikinci eylem planı ders planında belirtildiği şekilde işlenmiştir. Bu plan kapsamında medyada tercihler, hedef kitle, medyada temsiliyet, ikna teknikleri, slogan, propaganda gibi kavramlar kazandırılmaya

çalışılmıştır. Öğretmen derse bir önceki uygulamanın hatırlanması için öğrencilere medya okuryazarlığı kavramını sormuştur. Öğrenciler “Medyayı eleştireceğiz, kullanımını denetleyeceğiz, anlayacağız, yargılayacağız, eleştirel bakacağız” cevaplarını vermişlerdir. Öğretmen öğrencilere medyanın günlük yaşamda kullanma amacının ne olduğunu sormuştur. Öğrenciler “öğrenmek, eğlenmek, ekonomik kazanç sağlamak, oyun oynamak, iletişim kurmak” cevaplarını vermişlerdir. Öğretmenin “Medyanın amacı neydi” sorusuna ise “Ekonomik, para kazanmak” şeklinde cevap vermişlerdir. İkinci eylem planı 12.03.2021 tarihinde Cuma günü saat 11.15’de video ders kayıtlarına bir bölümü şu şekilde yansımıştır:

Öğretmen: Geçen hafta bilinçli bir medya okuryazarı nasıl olunur onu değinmiştik.

Irmak: Denetleyeceğiz, anlayacağız,

Ezgi: Yargılayacağız, eleştirel bakacağız,

Öğretmen: Medya okuryazarlığın tanımını yaptık. Biz günlük yaşamdaki medyayı kullanım amacımız nelerdi?

Ali: Öğrenmek, eğlenmek, ekonomik, oyun oynarız.

Eylül: Bilgi edinmek için kullanıyoruz.

Öğretmen: Bunun dışında hangi amaçla kullanıyoruz?

Eda: İletişim için kullanıyoruz

Öğretmen: Medyanın bir amacı vardı neydi bu?

Çiğdem: Ekonomik kazanç sağlamak.

Öğretmen bir önceki derste yukarıda sorduğu sorulara yönlendirmeler ile cevap alırken bu derste sorduğunda öğrencilerin hemen cevap verdiğini gözlemlemiştir. Öğretmen öğrencilere hedef kitlesinin tanımını sormuştur. Öğrenciler “Gençler, anneler, çocuklar” cevabını vermişlerdir. Öğrenciler hedef kitlesini tanımlamak yerine örnekler vermişlerdir. Öğretmen örnekler ile hedef kitlesi çıkarımını yaptırmıştır. Öğrenciler ile derste şu diyaloglar gerçekleşmiştir.

Öğretmen: Sizce hedef kitlesi nedir?

Özlem: Anneler

Öğretmen: futbol topu satılacaksa hedef kitlesi kim olur?

Murat: Çocuklar ve erkekler.

Öğretmen: Bu durumda hedef kitlesi için ne diyebiliriz?

Ali: Satış yapılan kitle. Yani etkilemek istenen insanlar.

Öğretmen: Bir önceki dersimizde medyanın amacının ne olduğunu öğrenmiştik medyanın amacı neydi?

Elif: Güç ve ekonomik kazanç.

Öğretmen: Osmanlının son dönemde kurduğu bir banka vardı. Bu banka hangisi?

İrmak: Ziraat Bankası. Çiftçi bankası.

Öğretmen: Osmanlı Döneminden beri var olan ve günümüzde medya yolu ile ekonomik amaçlı kullanılan Ziraat Bankasını medya okuryazarlığı becerisini geliştirmek için Ziraat Bankası reklamını izleyeceğiz...

Öğretmen Ziraat Bankası reklamını izletmiştir. Reklam izlendikten sonra bu reklam size ne hissettirdi? Sorusunu sormuştur. Öğrenciler Ziraat Bankasında para çekmeye yönlendirdi, eski zamanları hatırlattı şeklinde cevap vermişlerdir. Öğrenciler ile derste şu diyaloglar gerçekleşmiştir:

Öğretmen: Bu reklam size neler hissettirdi?

Eda: Bizi Ziraat Bankasına para çekmeye yönlendirdi.

Deniz Su: Eski, eski zamanları hatırlattı, Kurtuluş Savaşından sonrasını.

Özlem: Adamın sesi de Ziraat Bankalı olmak gibi. 152 yıldır var diye.

Elif: Geçen hafta medyanın dili ve çekiciliği vardı ya

Özlem: ...aslında ben de onu demeye çalıştım.

Çınar: Hocam illa bu reklam değil. Örneğin bir ütü reklamında da aynı şeyi yapıyorlar.

Öğretmen kurgulanmışlık kavramının çıkarımını yaptırmak istemiştir. Bunun için izletilen reklamdaki yola çıkarak öğretmen “Sizce reklamdaki ortam gerçek midir? sorusu sorulmuştur. Öğrencilerden Melek “Hayır özel olarak oluşturulmuş” cevabını vermiştir. Bunun üzerine öğretmen “Kurgulanmış derken ne demek istiyorsun?” sorusunu sormuş ve Elif “At arabaları falan var özel olarak çekilmiş” cevabını vermiştir. Öğrenciler ile derste şu diyaloglar gerçekleşmiştir:

Öğretmen: Peki bu reklam gerçek bir ortamda mı oluşturulmuş?

Melek: Hayır Hocam. Özel olarak oluşturulmuştur. O güne götürmek için.

Öğretmen: Yani aslında kurgulanmış Kurgulanmışlar derken ne demek istiyorum?

Elif: At arabaları falan var özel olarak çekilmiş.

Çınar: Aslında onunla ilgili çok güzel bir şey vardı ama hatırlayamadım.

İrmak: Demek ki kurgulanmışlar.

Elif: Özel olarak seçiyorlar çekilecek yerleri. Kurgulanmış oluyor.

Öğrencileri medyada kullanılan asparagas (sahte haber) kavramının ne olduğu sınıfa sormuştur. Öğrencilerden Berkay soruya “Yunanca bir şey mi?” cevabını vermiştir. Diğer öğrenciler ise “bilmiyorum” şeklinde cevaplar vermişlerdir. Öğrencilerin kavram ile

ilgili bilgisi olmadığı gözlemlenmiştir. Öğretmen kavramın açıklamasını yaparak derse devam etmiştir. Öğrenciler ile derste şu diyaloglar gerçekleşmiştir:

Öğretmen: Asparagas haber diye bir şey duydunuz mu?

Berkay: Hayır, Yunanca bir şey mi?

Eda: Bilmiyorum.

Öğretmen: Hayır. Medya dilinde kullanılıyor. Masa başında yazılan anlamına geliyor. Olay gerçekmiş gibi anlatılıyor. Bazı medya mesajları kurgulanmıştır çocuklar.

Öğretmen öğrencilerde medya okuryazarlığı için gerekli olan bazı kavramların eksik olduğunu gözlemlemiştir. Örneğin medyada kullanılan dil, ön yargılar, gerçeği ile kurguyu ayırt edememe gibi kavramların eksik olduğunu tespit etmiştir. Örneğin izletilen reklam için öğrencilerden Eda yani hocam o dönemde mi çekmişler bu reklamı şeklinde cevap vermiştir. Öğretmen reklamda oluşturulan içeriğe yönelik sınıfa tekrar sorular sormuştur. Kullanılan dil, ön yargılar gibi gerekli olan bilgi açıklamasını çocuklara yapmıştır. Bunun üzerine öğretmen bu açıklamadan sonra tekrar reklamı izleteceğini söylemiştir. Öğretmen öğrenciler size tekrar reklamı izleteceğim, defterinizi çıkarın reklamda dikkatinizi çeken unsurları not alın şeklinde yönlendirmede bulunmuştur. Öğrenciler ile derste şu diyaloglar gerçekleşmiştir:

Öğretmen: Reklamda kültürel öğelerimizden hangilerini kullanmışlar?

Ezgi: Sadece yardımlaşma var.

Gülnur: Düğünlerimiz, kıyafetlerimiz, ilaç dağıtımı, eğitimi kullanmış.

Irmak: Savaşı kullanmış, ticareti kullanmış.

Öğretmen: Ön yargıları hatırlıyoruz dimi? Reklamda böyle bir şey var mıydı?

Elif: Yapamazsın falan diyordu.

Irmak: Örneğin yaşlılar ihtiyaçlarını karşılayamazlar ön yargısı vardır. Onlara yardım ederiz.

Beren: Kadınlarla ilgili bir ön yargı vardı. Yapamazsın.

Öğretmen: Demek ki bizim ön yargılarımızı da kullanıyorlar. Kalıp yargılarımızı kullanıyorlar... Bu reklamın aslında amacı ne?

Çınar: Ziraat Bankasına yönlendirme.

Irmak: Hepimize olumlu bir şey hissettirdi dimi.

Öğretmen: Bu Sloganın amacı ne?

Ezgi: Akılda kalıcılığı sağlamak

Elif: Para kazanmak için

Ali: Evet. Bize daha iyi pazarlamak için

Öğretmen : ...Peki propaganda ne demek?

Beren: Bir fikirleri olduğu

Irmak: Siyasette falanda kullanıyorlar.

Çınar: İnsanları bir arada toplamak.

Öğretmen ikna tekniklerinin neler olduğunu fark ettirmek için slogan, afiş, propaganda gibi kavramların çıkarımı örnekler yolu ile yapmıştır. Öğretmen sloganların akılda kalıcına dikkat çekmiştir. Öğrenciler ile derste şu diyaloglar gerçekleşmiştir.

Öğretmen: Bize pazarlamaya çalıştılar dediniz. Bu reklamlarında ikna teknikleri vardı. Mesela slogan diye bir şey var. Ne demek slogan?

Ali: A101 harca harca bitmez

Öğretmen: Bir slogan örneği olarak ben şimdi size bir şey söyleyeceğim sizde onun devamını getireceksiniz. “Mutluluk denince akla”

Elif: Hemen Şimdi şimdi buldum Eti.

Öğretmen bu sorusu ile sloganın hemen hatırlanmasına dikkat çekmiş ve açıklamalarda bulunmuştur. Ayrıca öğretmen tekrar propagandanın ne anlama geldiği sorusunu sormuştur. Öğrencilerden Emre bilmiyorum cevabı vermiştir. Öğrencilerden cevap alamayan öğretmen bunun üzerine propagandanın tanımının açıklamasını yapmıştır. Öğrenciler ile derste şu diyaloglar gerçekleşmiştir:

Öğretmen: Az önce size bir sloganın başını sordum siz devamını getirdiniz. Medyanın bize nasıl bir ortak söylem oluşturduğunu gördünüz mü ve bize sunduğunu. Hepimiz biliyoruz bu sloganı. O ürünü gördüğümüzde de ürünü almaya yönelik olumlu bir şey geliştiriyoruz. Bu Sloganın amacı ne?

Irmak: Akılda kalıcılığı sağlamak

Öğretmen: Kısa, öz ve akılda kalıcılığı sağlamak için sunmak.

Elif: Para kazanmak için yani.

Öğretmen: Yine ekonomik, medyanın ekonomik boyutuna ulaştık mı?

Ali: Evet

Öğretmen: Afiş hazırlamak ne demek?

Deniz Su: Kapaklar örneğin.

Öğretmen: Bir konu hakkında bilgilendirmek farklı teknikler kullanarak. Peki, propaganda ne demek az önce tam cevap alamadım?

Emre: Bilmiyorum.

Murat: Hani filmlerde falan oluyor bir sürü insan oluyor. Oradan bir şeyler o insanlara anlatıyorlar onun gibi bir şey.

Öğretmen: Aynen öyle. Onu nerden gördün?

Murat: Filmlerden

Öğretmen: Hangi yolla görüyorsun yine medya aracılığı ile dimi.

Boran: Siyasette falanda kullanıyorlar.

Öğretmen: Televizyonlarda propagandalar, sloganlar kullanılabilir. Bunlar medyada kullanılan farklı farklı teknikler. Medya az önce izlediğimiz Ziraat Bankası reklamını sadece görsel olarak da kullanılıyor. Ziraat Bankasının logosu hiç gördünüz mü? (Logo gösterilerek) Bunu gördük mü? Rastgele mi yapılmış.

Ezgi: Hayır Hocam. Dikkat çekmek hatırlanması için özel olarak çizmişler

Öğretmen: Ne kullanılmış?

Ezgi: Z var, T.C var, Buğday tanesi verdi.

Öğretmen öğrencilere dersin başında soruları ilk sorduğunda cevap alamadığını gözlemlemiştir. Dersin ilerleyen saatlerinde sorular sordukça öğrenciler izlediklerinden yola çıkarak medyada kullanılan müzikler ve dille ilgili cevap verdikleri gözlemlemiştir. Öğretmen farkındalık becerisi için yapılan ikinci ders uygulamasına yönelik gözlemlerini günlüğüne yansıtmıştır. Günlüğünde öğrencilerin bu derste daha rahat görüldüğünü ve yöneltilen sorulara daha gönüllü davranarak cevaplar verdiğini gözlemiştir. İkinci ders uygulamasına yönelik öğretmenin gözlemleri günlüğüne şu şekilde yansımıştır:

İkinci ders uygulamasını yaptık. Çocuklar bu hafta daha çok katılım sağladılar. Soruları cevaplama da daha rahat davranıyorlardı. Özellikle Osmanlıda yapılan yenilikleri günümüzde de varlığını devam ettirmesi ilgilerini çekti. Reklam analizi çok ilgilerini çekti. Geçen hafta işlediğimiz kavramları ile bağlantı kurmaları daha rahat oldu. Medyanın dili ve çekiciliği sorusunu sorduğumda reklam üzerinden çok rahat cevap verdiler. Ders ilgilerini çekti. Çocuklarda yapılan ön görüşmelerde de tespit edildiği gibi medya okuryazarlığı kavramlarında çok eksiklik var. Derste geçen kavramların çıkarımını yapmayı planladığım bazı yerlerde ne anlama geldiğini bilmedikleri için açıklamak zorunda kaldım.” (Öğretmenin günlüğü, 12 Mart 2021)

Geçerlik komitesi 17 Mart 2021 tarihinde birinci ve ikinci eylem planı uygulaması için değerlendirme toplantısı yapmıştır. Geçerlik komitesi üyeleri özellikle ilk ders uygulamasında daha çok anlatım yöntemi ile etkinliğin sunulduğunu bu durumun öğrencinin derste aktif kılınmasının engellediğini vurgulamışlardır. Komite üyeleri uygulamada öğretmenin çok aktif olduğunu öğrencinin pasif kaldığını, öğrencilerin daha aktif kılınmasının gerektiğini vurgulamışlardır. Yapılan iki uygulamanın kavramların pekişmesi için yeterli olamayacağı tartışılmıştır. Komite üyeleri bu kavramların pekişmesi için bir uygulamaya daha ihtiyaç olduğuna karar vermişlerdir. Komite üyeleri öğrencilerin geleneksel ve yeni medya ayırımını yapabilmeleri gerektiğini, ayrıca medyanın işlevi, hedef kitlesi, kullanılan dil ve çekicilik kavramlarının daha çok pekişmesi gerektiği kararına

varmışlardır. Yapılacak olan planda öğrencilerin sözü edilen kavramları uygulayabilecekleri etkinliklerin eklenmesi gerektiğine karar verilmişlerdir. Buna yönelik ders planının hazırlanması gerektiğini vurgulamışlardır. Uzmanların görüşleri doğrultusunda ders planı hazırlanmıştır. Ek eylem planı Covid 19 sebebi ile 09.04.2021 tarihinde çevrim içi (online) olarak uygulanmıştır.

Tablo 4.4 Farkındalık Becerisine İlişkin Ek Eylem Planı

Dersin adı	Sosyal Bilgiler
Sınıf	7B
Süre	30
Öğrenme Alan	Bilim, Teknoloji ve Toplum
Konu	Kil Tabletlerden Akıllı Tabletlere
Kazanımları	SB.7.4.1. Bilginin korunması, yaygınlaştırılması ve aktarılmasında değişim ve sürekliliği inceler.
Yöntem ve Teknikleri	Sunuş yolu, Buluş Yolu, Anlatım tekniği, Soru- cevap yöntemi,
Dikkati Çekme	I.GİRİŞ Öğretmenin medya nedir, medya okuryazarı ne demek, nasıl medya okuryazarı olunur sorusunu sınıfa sorar.
Güdüleme	Bu dersle medya ne anlama geldiğini, medya araçlarının neler olduğunu, İşlevlerinin ne olduğunu öğreneceğiz. Medya okuryazarı nasıl olunur onu öğreneceksiniz ve bilinçli bir medya kullanıcısı olacaksınız.
Gözden Geçirme	Medya araçlarının nasıl bir süreç geçirdiklerini ve nasıl farklı işlevlerinin olduğunu öğreneceksiniz ve bilinçli medya okuryazarlığı olacaksınız.
Derse Geçiş	Hazırlanan slaytla medya sorusuna başlanılır.

II. GELİŞTİRME

Öğrencilere sunum gösterisi ile medya sorusu sorulur.

Öğrencilerin verdiği cevaplardan sonra sunumdaki yazılı olan medya kavramının tanımı öğrenciye okutturulur.

Öğrencilere sunumda yansıtılan medya araçları nelerdir? Sorusu sorulur.

Verilen cevaplardan yola çıkarak yeni medya ve geleneksel medya ayrımı yaptırılır.

Öğrencilerin cevaplarından sonra sunumda gösterilen sunumda geleneksel ve yeni medya araçlarının neler olabileceğinin çıkarımı görseller ile yapılır.

Öğrencilere medyanın işlevinin nelerdir? Sorusu sorulur. Ardından öğrencilere sunumda yazılı olan medyanın işlevleri okutturulur.

Öğrencilere medya okuryazarlığı nedir? Sorusu sorulur. Öğrencilere sunumda yazılı olan medya okuryazarlığı kavramı öğrencilere okutturulur.

Öğrencilere gruplar halinde medya araçlarının tanıtımı ile ilgili birer poster hazırlanacağı söylenir.

Öğrenciler poster hazırlamaları için gruplara ayrılır.

Her bir öğrenci grubu bir medya aracını temsil edecektir (Gazete, Tv, radyo, dergi, internet) Öğrenci grupların geçmişten günümüze medya araçlarının geçirdikleri süreçleri tanıtmak amaçlı veya işlevine yönelik çevrim içi (online) poster hazırlamaları istenir.

Ders bittikten sonra her grup için Google Classroomdan üzerinden çevrim içi olarak ortak poster için ortak bir link oluşturulacaktır.

Posterin çevrim içi nasıl hazırlanacağına yönelik öğretmenin rehberliğinde 15 dakikalık çevrim içi ders yapılacaktır.

Grupların hangi saatte çevrim içi (online) ders yapılacağı karar verilecektir.

Her grup temsil ettiği medya aracının fiziksel değişimini ve işlevinin ne olduğunu belirten bir posteri öğretmen gözetiminde çevrim içi (online) hazırlayacaktır. (Gruplara daha önceden hazırlanmış olarak

Tablo 4.4 (Devam)*Farkındalık Becerisine İlişkin Ek Eylem Planı*

getirilen medya biyografisi verilecektir.)
Posterlerinde hazırladıkları medya aracına bir sloganda bulunması istenecektir.
Her grup hazırlamış olduğu posteri diğer gruplara sunacaktır.
Sunum sırasında öğrencilere neden posterde bu renkler kullanıldığı sorulacak. (Amaç Medyanın kullandığı dili ve çekiciliğinin olduğunu fark ettirmek)
Hazırlamış oldukları medya kimlerin ilgisini çekebilir sorusu sorulacak (Amaç medyada hedef kitlesinin ne olduğu çıkarımını yaptırmak)
Öğrencilere bu hazırladıkları medyanın bir mesajı ve amacı olup olmadığı sorusu sorulur. (Amaç medya mesajlarının bir amacı vardır farkındalığını sağlamak)

III. SONUÇ

Ölçme ve Değerlendirme Dersin sonunda öğretmen buluş yolu yöntemi ile öğrencilere sorular sorarak:
Medya okuryazarlığı kavramının analizi yaptırır.
Öğrenciler medyanın dilini ve çekiciliğinin ne anlama geldiğini açıklar.

Alıştırma/Ödev Grup şeklinde ve öğretmenin rehberliğinde çevrim içi (online) medya aracının fiziksel değişimini ve işlevinin ne olduğunu belirten bir poster hazırlanacaktır. Posterlerinde hazırladıkları medya aracına bir slogan bulunacaktır.
Her grup hazırlamış olduğu posteri bir sonraki gruba sunacak.

Farkındalık becerisini geliştirmeye yönelik yapılan üçüncü eylem planı ders planında belirtildiği şekilde uygulanmıştır. Birinci ve ikinci eylem planı daha çok temel kavramlar üzerine yoğunlaşırken, üçüncü eylem planında kavramların ayrımı ve genişletilmiş şekilde verilmiştir. Birinci ve ikinci eylem planından farkı yeni medya ve geleneksel medya kavramı üzerinde durulmuştur. Medyanın işlevleri bilgi edinmek, eğlenmek, iletişim sağlamak gibi medyanın farklı işlevleri vurgulanmıştır. Diğer iki uygulamada öğrencilere medyayı gözleme yönelik etkinliklere yer verilmiştir. Üçüncü uygulamada ise öğrencinin edindiği kavramları uygulamasına yönelik çalışmalar eklenmiştir. Öğretmen medya okuryazarlığı kavramını sormuş öğrenciler medyayı kullanma Ama araştırarak kullanma, hemen inanmama cevaplarını vermişlerdir. Ezgi ise reklamlarda kullanılan ön yargıları görme, medyanın dili ve çekiciliği bilme şeklinde cevap vermiştir. Öğretmen medyanın kullanım işlevini sormuş öğrenciler bilgi edinme, eğlenme, haberleşme cevaplarını almıştır. Üçüncü eylem planı 09.04.2021 tarihinde Cuma günü saat 11.15'de video ders kayıtlarına bir bölümü şu şekilde yansımıştır:

Öğretmen: Çocuklar medya okuryazarlığı nedir?

İrmak: Hocam medyayı kullanma. Ama araştırarak kullanma. Gördüğüne hemen inanmama.

Ezgi: Hocam reklamlarda kullanılan ön yargıları görme, dili ve çekiciliği bilme.

Ali: Bizi nasıl etkiliyorlar onları görme hocam.

Öğretmen: Çocuklar medyanın işlevi neler olabilir?

Elif: Hocam bilgi ediniyoruz. Ders çalışıyoruz.

Beren: Hocam oyun oynuyoruz, eğleniyoruz.

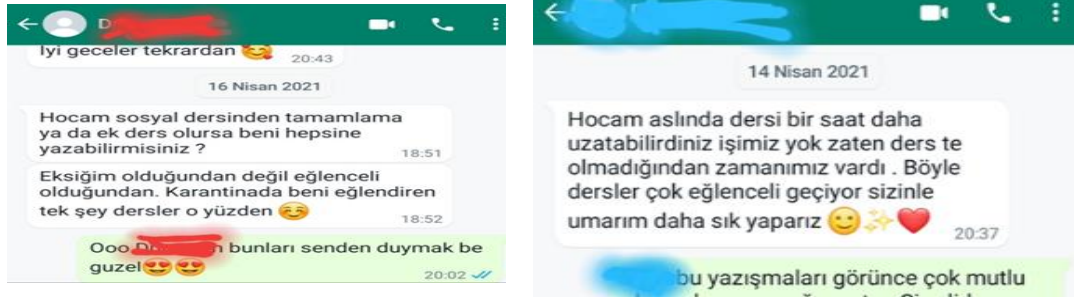
Emre: Hocam whatsapp'tan yazışıp haberleşiyoruz.

Öğretmen öğrenciler ile çevrim içi (online) olarak gerçekleştirdiği uygulamadan sonra ev etkinliği yönergesine ilişkin hafta sonu öğrenciler ile grup çalışması şeklinde ders gerçekleştirmiştir. Grup çalışmaları çevrim içi (online) olarak yapılacak çalışmalar ile ilgili bilgi verilmiştir. Bunun için öğrenciler üç gruba ayrılmıştır. Whatsapp üzerinden öğrenciler ile görüşme saati ve gruplar oluşturulmuştur. Her gruba medyanın türlerine ilişkin bir medya ürünü oluşturacakları, oluşturdukları ürününde ikna teknikleri, hedef kitlesi gibi öğrenilen kavramların kullanılması gerektiği yönergesi verilmiştir.

Öğrencilere Google Classroom üzerinden grupların birlikte çalışma yürütüleceği ortak link gönderilmiştir. Böylece Öğretmen öğrencilerin yaptığı çalışmalarını ve öğrencilerin aktif çalışmalarını çevrim içi (online) olarak takibini sağlanmaya çalışmıştır. Öğrencilere bu çalışmayı tamamlamaları için süre verilmiştir. Öğretmenin günlüğüne şu şekilde yansımıştır:

Bugün çocuklar ile gruplar halinde çevrim içi olarak görüşmeler sağladık. Yaptığımız görüşmeleri kayıt altına aldık. Hepsi tam katılım sağladı. Medya ürününü nasıl oluşturacağına yönelik hem kaygılılar hem de çok hevesliler. Whatsapp grubu üzerinden iletişime geçmemiz çocukları motive ediyor. Aslında çalışmaya devam edip etmeyeceğimiz bu etkinliklerin dönüşüne göre değişebilir. Sanırım dersler çevrim içi olarak devam edecek. Bu etkinliği başarıya ulaştırırsak çalışmamızda devam edecek. Kaygılarımı Hocama da bildirdim. (Öğretmen Günlüğü 11 Nisan 2021)

Öğretmen bu etkinlik sürecinde öğrencilerle sık sık iletişime geçmiştir. Bu iletişim sürecinde öğrenciler uygulamaların motive edici olduklarını dile getirmişlerdir. Öğretmen öğrenciler ile yaptığı derslerden sonra öğrenciler uygulamalar ile ilgili olumlu dönüşlerin yazışmalarını fotoğrafları Görsel 4.1'de gösterilmiştir.



Görsel 4.1. Eylem Planlarına İlişkin Yazışma Fotoğrafları

Öğrencilerin etkinliklerle ilgili görüşleri uygulama sonrası olumlu şekilde yansımaları olmuştur. Öğrenciler ile uygulama sonrası derste yapılan medya analizi ile ilgili reklamlarda kullanılan tekniklerin dikkatini çekmeye başladığını ifade etmişlerdir. Medyada kullanılan ön yargıların dikkatini çekmeye başladığını söylemişlerdir. Öğrencilerden Irmak medyayı farklı işlevlerle kullandığının farkına vardığını ifade etmiştir. Medya analizine ilişkin öğrenciler ile yapılan görüşmelere şu şekilde yansımıştır:

Özlem: Derste reklam izlemiştik. Geçmiş bu günle bağlantılı yordu. Bu dersten sonra reklamlarda bu tarz şeyleri kullandıklarını çok gördüm.

Ezgi: Reklam izlemek çok keyifli oldu. Hatta kadın gücü hakkında bir şeyler vardı. Mesela müziklerin falan olması dikkatimi çekmeye başladı.

Irmak: Ben medyayı hep aynı şekilde kullandığımı sanıyordum. Ama ders için ayrı, eğlenmek için ayrı kullanıyordum.

4.1.1.3. Öğrencilerin Farkındalık Becerisindeki Gelişmeler

Öğrencilerin farkındalık becerisinin nasıl geliştiğini anlamak amacıyla eylem planlarının uygulaması sonrasında öğrencilerle görüşmeler yapılmıştır. Görüşmelerdeki gözlem video kayıtları analiz edilmiş, öğrenci ürünleri incelenmiştir. Bu amaçla öğrencilere eylem planları uygulama sonrasında ön görüşmelerde sorulan sorular “Medya mesajı denince ne anlıyorsun?”, “Medyada çıkan mesajların gerçekliği konusunda neler düşünüyorsun?”, “İletilen medya mesajlarının amaçları neler olabilir?”, “Medyanın dili ya da çekiciliği deyince senin için ne anlam ifade ediyor?”, “Medya mesajının temsiliyeti deyince ne anlıyorsun?”, “Medya mesajında hedef kitlesi deyince senin için ne anlam ifade ediyor?” sorulmuştur. Bu sorular ile öğrencinin farkındalık becerisine yönelik gelişimi anlaşılmasına çalışılmıştır.

Öğrencilerle yapılan yarı-yapılandırılmış görüşme sonrası öğrencilerin farkındalık becerisine ilişkin görüşleri Tablo 4.5’de verilmiştir.

Tablo 4.5. Öğrencilerin Farkındalık Becerisinin Gelişimine Yönelik Görüşleri

Temalar	Mevcut Durum (Son Görüşmeler)	F
Medya mesajı	Reklamlardaki videolardaki verilmek istenen ana fikir	5
	Sosyal medya aracılığı ile etkilemek	5
	Medyadan aldığım bilgiler	3
	Çoğu insanı ilgilendiren genel bir mesaj	2
	Ekonomik mesaj verme	1
	Medyanın bize iletmek istediği, Medyanın mesajları	1
	Mesaj verilmek isteniyor, hikaleştirerek veriyorlar	1
	Altan ulaştırmak istenen dijital mesajlar	1
	Uygulamalardan gelen amaçlı mesajlar	1
Medyada mesajların gerçekliği yansıtması	Yansıtmaz	10
	Olduğu gibi gerçek değil kurgu var	6
	Bazıları gerçek bazıları değil	5
	Resmi sayfalarsa yansıtır	4
	Kendi düşüncelerini yazarlar	3
	Sitenin güvenilir olması gerekiyor	3
	Gerçekleri yansıtıyor, hepsi yazılıyor	2
	Hepsi gerçek değil	1
	Bazıları doğru	1
	Çoğu gerçek çoğu değil	1
	Çoğu yanlış	1
	Araştırılması gerekiyor	1
Medya mesajlarının amaçları	Para kazanmak	6
	Bilgilendirmek, bilgi sahibi yapmak	4
	İnsanları duyarlı yapmak	3
	Kitleleri etkilemek	2
	Kamuoyu oluşturmak	1
	Görüşler oluşturmak	1
	İnsanları yönlendirmek	1
	Mesaj göndermek	1
	Duyarlılığı sağlamak	1
Medyanın dili ya da çekiciliği	Bizi etkilemek için dış uyarıcılar	9
	Sloganlar, reklamlar	5
	Kullanılan görseller	5
	Gösterilenin abartılması	4
	Oyun oyana, reklamlarla satış yapması	4
	İlgimizi çekmek için kullanılan şeyler	4
	Yeni şeylerin gösterilmesi	1
	Kullanılan etkileme dili	1
Medya Mesajının Temsiliyeti	Kimin görüşü savunuyorsa onu yansıtması	6
	Medyayı temsil eden biri	4
	Bilgiyi yayması	2
	Bir kişinin bir mesajı belirlemesi	2
	Her kitlenin farklı temsili	1
	Kurdukları uygulamaların kuruyucuları	1
Medya mesajında hedef kitlesi	Ulaşılmak istenen insanlar	10
	İnsan sayısı	3
	Herkes olabilir	3
	Hedef kitlesi ürün belirliyor	2
	Genellikle gençler	1
	Medya mesajını ilgilendiren kişiler	1

Tablo 4.5’de görüldüğü gibi eylem planları uygulama sonrası yapılan görüşmelerde, öğrencilerin medya mesajına ilişkin görüşlerine baktığımızda reklamlardaki videolardaki verilmek istenen ana fikir, sosyal medya aracılığı ile etkilemek, mesaj verilmek isteniyor, hikayeleştirerek veriyorlar, medyadan aldığımız bilgiler, çoğu insanı ilgilendiren genel bir mesaj, ekonomik mesaj verme, medyanın bize iletmek istediği, medyanın mesajları alttan ulaştırmak istenen dijital mesajlar, uygulamalardan gelen amaçlı mesajlar olarak ifade ettikleri görülmektedir. Uygulama öncesi yapılan görüşmelerde medya mesajına yönelik görüşlerine verilen cevaplara baktığımızda kısa cevaplar vererek medya mesajını sosyal medya olarak algıladıkları ve fikrim yok şeklinde cevapladıkları görülmektedir. Uygulama sonrası öğrenci görüşlerine baktığımızda her öğrencinin uzun cevaplar verdiğini, medya mesajının bize iletmek istediği amacının olduğunu, bunların ekonomik mesajlar olabileceğinin, genel kitleye iletmek istenen mesajlar olduğu şeklinde cevaplar vermişlerdir. Öğrencilerden Özlem medyadan aldığım bilgiler. Mesajın amacı bilgi vermek olduğunu ifade etmiştir. Uygulama öncesi medya mesajının ayrımı yapılamaz iken uygulama sonrası bilgi, ekonomik gibi ayrımlar yapıldığı görülmektedir. Öğrencilerin medya mesajına yönelik görüşleri şöyledir:

- Ezgi: Medya mesajını bir örnek üzerinden vermek istiyorum, Reklam ürünü tanıtıyorlar. Almaları için mesaj veriyorlar. Alman için sana mesaj veriyorlar. Reklamı ona göre ayarlıyorlar. Örneğin ünlü kişileri onatıyorlar, Cem Yılmaz’ı oynatıyorlar. Halk tarafından taktir ediliyor güveniyorlar. Bize de güvenin mesajını veriyorlar.
- Irmak: Teknolojinin birbirinden haberdar olmak için, bir amaç için gönderdikleri. Bu mesaj eğlenme, öğrenme, ticaret amaçlı olabilir. Eğlenmede olabilir. Ama daha çok ekonomik oluyor. Örneğin reklamlar. Reklamlar daha çok ekonomik oluyor.
- Elif: Medyanın bize anlatmak istediği asıl olay, belki topluma mesaj göndermek isteyenler oluyor.
- Murat: internet üzerinden, sosyal medya üzerinden bizi etkilemek isteniyorlar. Örneğin bu Whatsapp üzerinden de olabilir.
- Berkay: Medyanın bize iletmek istediği. Altan bize dijital mesajlar veriyorlar. Etkilemeye çalışıyorlar.
- Çiğdem: Medya üzerinden mesaj iletmek. Örneğin Youtuberlar bir şeyler sattırmak istiyorlar öyle mesaj veriyorlar. Bu ekonomik mesaj tabi...
- Çınar: Bize haber veriyor olabilirler. Uygulamalardan gelen bildirimler mesela bu bir medya mesajı.
- Gülnur: Bu medya mesajı çok insanı ilgilendiren genel bir mesaj da olabilir. Amaç insanları bilgilendirmektir.

Beren: Mesaj verilmek isteniyor ya da değişik şekilde hikayeleştirerek veriyorlar olaylarda mesajları. Amaçlarına ulaşmak için.

Ali: Medya mesajı deyince reklamlarda, videolarda verilmek istenen ana fikir geliyor aklıma. Ana fikir ne satış yapmak. İlettiği mesaj.

Özlem: Medyadan aldığım bilgiler. Amaç bilgi vermek bende bilgi alıyorum. Bu mesajın amacı değişebilir.

Hakan: Bence Twitter. oradan insanlar yazıp yazıp paylaşıyorlar. Niye bir amaç için yazıyorlar.

Tablo 4.5’de görüldüğü gibi eylem planları uygulama sonrası yapılan görüşmelerde öğrencilerin medyada çıkan mesajların gerçekliği ve gerçekliğin yansıtması konusundaki algılarına baktığımızda yansıtmaz, olduğu gibi gerçek değil kurgu var, bazıları gerçek bazıları değil, resmi sayfalarsa yansıtır, kendi düşüncelerini yazarlar, sitenin güvenilir olması gerekiyor, bazıları doğru, çoğu gerçek çoğu değil, çoğu yanlış, sitenin güvenilir olması gerekiyor, araştırılması gerekiyor şeklinde cevaplar verdiği görülmektedir. Uygulama öncesi medyada çıkan mesajların gerçekliği ve gerçekliği yansıtma konusundaki görüşlerine baktığımızda kısa cevaplar vererek yansıtmaz, bazen yansıtır bazen yansıtmaz gibi cevaplar verilmiş fakat nedenine yönelik herhangi bir açıklamada bulunmamışlardır. Bilmiyorum şeklinde kısa cevaplar vermişlerdir. Uygulama sonrası yapılan görüşmelerde öğrencilerin uzun açıklamalar yaptığı hangi sayfanın gerçeği yansıtabileceğinin hangilerinin gerçeği yansıtmadığının ayrımını yaptıkları görüşmelere yansımıştır. Verilen cevaplarda mesajların insanlar tarafından yazıldığı için kurgulanmış olduğunu, araştırılması gerektiği, sitenin güvenilir olması gerektiği şeklinde cevap verdikleri görüşme notlarına yansımıştır. Öğrencilerin medyada çıkan mesajların gerçekliği ve gerçekliğin yansıtması konusundaki görüşleri şu şekildedir:

Ali: Hepsi doğru değil olmayabilir. İnsanlar yazıyor sonuçta. Kurgu var. Ama resmi siteler, bazı siteler doğru yazabilir, söyleyebilir.

Beren: Sanmıyorum, hepsi gerçek değil ama gerçek olanda var olmayanda, gerçek olanların dışında gerçekmiş gibi görünende var. Süsleyip yansıtıyorlar.

Deniz Su: Araştırmak gerekiyor. Evet çok fazla doğru olmayabiliyor ama doğrusu için araştırmak gerekiyor

Gölnur: Bazıları gerçekten doğru olabiliyor. Bazıları yalan oluyor her okuduğumuza inanmamak gerekiyor.

Boran: Sitenin güvenilir bir site olması gerekiyor benim için. Resmi site olabilir.

Eda: Bence konudan konuya değişir. Bazılarına yanlış çıkıyor ama tabi ki medyayı doğru bilgilendirmek gerek.

- Irmak: Bazıları olduğu gibi gerçek değil kurgu var, değiştiriliyor. Fotoğraflarda değiştiriyor. Normalde ayrı soluk sıkıcı olan bir resim. Bazıları var gerçeği yansıtır. Resmi sayfalar. Eğitim ile ilgili gerçeği yansıtır, ekonomik, turizm gibi yansıtır. Tabi hepsi değil. Resmi siteler yansıtır.
- Murat: İnanmıyorum. Ama resmi sayfalar var. Çünkü yalan oluyor. Gazete sayfalarına bakıyorsun Nasa ile ilgili haber var. Resmi sayfaya bakıyorsunuz öyle bir haber yok.
- Özlem: Hepsinin gerçekliği belli değil, değişir yanlıda olabilir yansızda yansıtabilir, işine geldiği gibi araştırarak gerçekliği kanıtlanabilir.
- Ezgi: Yansıtmaz. Örneğin ambalaja bakarsınız çok güzel reklamlarda görülüyor. Dolandırmaya çalışıyor geldiğinde öyle olmuyor. Cepsler reklamlarla dolu görüyorsun alışıyorsun.
- Berkay: Hayır. Kendi düşündüğü gibi yansıtıyorlar.

Tablo 4.5’de görüldüğü gibi eylem planları uygulama sonrası yapılan görüşmelerde öğrencilerin iletilen medya mesajlarının amaçları konusundaki görüşleri para kazanmak, bilgilendirmek, bilgi sahibi yapmak, insanları duyarlı yapmak, kitleleri etkilemek, kamuoyu oluşturmak, siyasi görüşler oluşturmak, insanları yönlendirmek, haber göndermek, ilgi odağı olmak etkilemek şeklinde yanıt verdikleri görülmektedir. Uygulama öncesi öğrencilerin medya mesajlarının amaçları konusundaki görüşlerine baktığımızda bilmiyorum, bilgi vermek amaçlı olabilir gibi kısa cevaplar verdikleri görülmüştür. Uygulama sonrası görüşmelere baktığımızda medya mesajlarının amaçlarını çeşitli şekillerde ayırdıkları görülmektedir. Örneğin bilgi vermek, para kazanmak, dikkat çekmek, halkı bilinçlendirmek, çevreye duyarlı olmasını sağlamak gibi farklı şekillerde cevap verdikleri görülmektedir. Öğrencilerden Beren birine yardım etmek olabilir, halkı bilinçlendirmek şeklinde cevap vermiş, Çınar ise gelişen haberlerden siyasi haberler vermek şeklinde yanıt vermiştir. Öğrencilerin iletilen medya mesajlarının amaçları konusundaki görüşleri şöyledir:

Murat: Başkalarına haber göndermek, başkasının ilgi odağı olmak.

Irmak: Para kazanmak, Dikkat çekmek.

Çiğdem: İnsanları daha çok duyarlı yapabilmek.

Elif: Bilgi sahibi yapmak. Bilgilendirmek, eğlendirmek.

Çınar: Gelişen haberlerden siyasi haberler vermek bize.

Eylül: İnsanları bilgilendirmek, korumak, onlara iyi tavsiyeler vermek olabilir.

Deniz Su: Kötü amaçlı insanlar kıyafetleri alacaklara resmini çok farklı bir şeyler koyuyorlar.

Ama aldığım ürün çok farklı geliyor. Yani amaçları satış yapıp para kazanmak.

Beren: Birine yardım etmek olabilir. Halkı bilinçlendirmek.

Emre: Mesela biri satıcı ise insanlara satış yapmak için etkilemek kandırmaktır amacı.

Hakan: Çevreye duyarlı olmasını sağlama, kurallara uyma.

Tablo 4.5’de görüldüğü gibi eylem planları uygulama sonrası yapılan görüşmelerde medyanın dili ya da çekiciliği algısına yönelik bizi etkilemek için dış uyarıcılar, sloganlar reklamlar, kullanılan görseller, gösterilenin abartılması, göz boyama, reklamlarla satış yapması, ilgimizi çekmek için kullanılan şeyler, yeni şeylerin gösterilmesi, kullanılan etkileme dili şeklinde yanıt verdikleri görülmektedir. Uygulama öncesi öğrenciler yarım fazlası bilmiyorum, diğerlerinin ise insanın dikkatini çekmek gibi kısa yanıtlar verilmiş ve açıklama yapmamışlardır. Uygulama sonrası öğrencilerin verdiği yanıtlara baktığımızda bizi etkilemek için dış uyarıcılar, sloganlar, reklamlar, ilgimizi çekmek için kullanılan şeyler, kullanılan etkileme dili, gösterilenin abartılması şeklinde yanıtlar verdikleri görülmektedir. Örneğin öğrencilerden Özlem kullanılan ikna tekniklerinden sloganlar, afişler, önyargılar şeklinde yanıt verdiği görülmektedir. Öğrencilerin medyanın dili ya da çekiciliği konusundaki görüşleri şöyledir:

Gülnur: Mesela insanlara reklam yapıyorlar ve farklı farklı renkler kullanıyorlar. Renklerin ayrı ayrı özelliği oluyor. Farklı tonlar kullanıyorlar. Daha iyi şeyler kullanıyorlar. İlgili ve çekici sesler, farklı sesler var. Bu da bizim alışmamızı etkiliyor.

Beren: Mesela gençler için ise gençlerin sevdiği şeyleri yapıyorlar. Hangi yaş aralığını çekiyor ise onların sevdiği şeyleri koyuyorlar.

Deniz Su: ... Sloganlar, renkler bunlar medyanın dili ve çekiciliği çoğaltabiliriz.

Emre: Birçok şeyi abartarak vermek. Farklı yöntemler kullanarak.

Ezgi: Biraz öncede açıkladım. Reklamda olan kişiler, renkler, bunlarla etkiliyorlar. Zaten özenle ayırıyorlar. Mesela capslerin sonuna bazı semboller koyuyorlar daha çok çekicilik katıyorlar.

Eda: Olduğunu düşünüyorum. Atatürk’ün ses kaydını kullanıyorlar ve efektler var ve önümüzde kamera var. Normalinde dikkat çekmiyor. Ama kullandıkları şeylerle bambaşka oluyor.

Çiğdem: Reklamlar, mesela satış yapmayı, insanların gözünü boyamak için ürünlerde farklı farklı yöntemler kullanıyorlar

Ali: Konuşma tarzı, üslubu iyi olan kişileri kullanıyorlar. Ünlüleri kullanıyorlar. Çekici şeyler yapıyorlar.

Özlem: Reklamlar, görsellik özel dilleri var. Sloganlar, afişler, önyargılar İnsanları kendine çekme, etkileme.

Murat: İnternette tutmak için olan videolar. Mesela yasaklı siteler için kullanılan şeyler. Mesela müzikler kullanıyorlar. İnsanların ruhunu etkiliyorlar. Etkilemek istiyor.

Elif: İster istemez bizi etkilemek için bir dış uyaran sergiliyor. Panten reklamında dümdüz saçlar geliyor. Etkilemek için bazı yöntemler kullanıyorlar.

Tablo 4.5’de görüldüğü gibi eylem planları uygulama sonrası yapılan görüşmelerde öğrencilerin medya mesajının temsiliyeti konusundaki görüşleri hangi görüşü savunuyorsa onu yansıtması, medyayı temsil eden biri, bilgiyi yayması, bir kişinin bir mesajı belirlemesi, her kitlenin farklı temsili, kurdukları uygulamaların kuruyucuları şeklinde yanıt verdikleri görülmektedir. Uygulama öncesi öğrencilerin verdiği yanıtlara baktığımızda kavramın ne anlama geldiğini bilmedikleri yarısından fazlasının bilmiyorum dedikleri ve açıklama yapamadıkları cevaplara yansımıştır. Uygulama sonrası ise medyada savunduğu görüşü yansıtması, medyayı temsil eden biri şeklinde açıklamalar yaparak yanıt verdikleri görülmektedir. Örneğin öğrencilerden Çiğdem her hedef kitlenin farklı temsilcisi vardır şeklinde ayrımlar yaparak cevaplar vermiştir. Öğrencilerin medya mesajının temsiliyeti konusundaki algılarına yönelik görüşleri şöyledir:

Çiğdem: Her kitlenin farklı temsilcisi var. Örneğin Enes Batur çocuklara. Mesela büyükler için siyasetçiler onları temsil eder.

Deniz Su: Her medyanın bir temsilcisi var. Örneğin internetin kurucusu. Farklı uygulamaların kuruyucuları.

Elif: Bir kişinin mesaj yazması belirtmesi, kendi görüşüne yansıtması.

Özlem: Mesela neyi temsil ediyorsa hangi görüşü savunuyorsa onu temsil etmesi.

İrmak: Genel olarak her medyanın bir temsilcisi oluyor, insanları temsil ediyorlar. Kendi kitlelerini temsil ediyorlar. Sadece Türkler kullanmıyor. Reklamlar, bazen komik insanlar, temsil ettiği bakış açısı önemli.

Hakan: Bir olay oluyor. Başkalarına onu yansıtması. Ama medyada kendisine göre yansıtıyor günlük hayatındaki gibi.

Gülnur: Mesela bir bilgi var gerçekte doğru değil. Bu bilgiyi temsil eden insanlarda bu bilgiyi doğru diye insanlara yayıyorlar.

Tablo 4.5’de görüldüğü gibi eylem planları uygulama sonrası yapılan görüşmelerde öğrencilerin medya mesajındaki hedef kitlesi konusundaki görüşleri ulaşılmak istenen insanlar, insan sayısı, herkes olabilir, hedef kitlesi ürün belirliyor, genellikle gençler medya mesajını ilgilendiren kişiler şeklinde yanıt verdikleri görülmektedir. Uygulama öncesi medya mesajında hedef kitlesi ilişkin görüşleri bilmiyorum, anlamadım gibi kısa cevaplar vererek kavramı açıklamamışlardır. Uygulama sonrası yapılan görüşmelerde ulaşmak istenen insan sayısı, hedef kitlelerini ürün belirler gibi uzun açıklamalar yapmış, hedef kitlesinin ayrımları yapılmıştır. Örneğin öğrencilerden

Gülnur bir tane hedef kitlesi belirliyorlar. Örneğin çocukları belirliyorlar. Çocuklar için oyuncak ve kitaplar üretiyorlar şeklinde cevap vermişlerdir. Öğrencilerin medyadaki hedef kitlesi konusundaki algılarına yönelik görüşleri şöyledir:

Emre: Hedef kitleleri oluyor. Onlara göre haber yapıyorlar. Yani etkilemek istedikleri...

Çiğdem: Reklamlarda oyuncaklar var. Hedef kitlesi çocuk. Küçük çocuklar için. Ya da kitap okuyanlar kitap satışı.

Eylül: Bir çocuk reklamında çocuk bisküvi reklamında çocuk oluyor hedef kitlesi. Araba reklamında yetişkin.

Beren: Gençler ise hedef kitlesi bilgilendirme. Daha çok bilgilendirme amaçlı yapıyor.

Berkay: Ulaşmak için insan sayısı.

Deniz Su: Genelde gençler oluyor. İhtiyacı olanı hemen gösteriyorlar. Google yazıyorsun hemen gösteriyor. Onunla ilgili bir sürü reklam çıkarıyor hedef kitlesi olduğun için

Ezgi: Örneğin mesela gazeteler için yaşlılar. Hedef kitlesini ürün belirliyor. Gençlere hitap ediyorsa ona göre ürün belirliyorlar. Gençlere hitap ediyor aldırma istediği kişiler.

Ali: Genelde gençler kolayca yayılmasını istiyorlar ise en çok gençler kullanıyor.

Gülnur: Bir tane hedef kitlesi belirliyorlar. Çocukları belirliyorlar. Örneğin çocuklar için oyuncak ve kitaplar.

İrmak: Herkes olabilir. Ben hedef olduğumda sekizinci sınıf olduğum için test kitabı. Çocuk için oyuncak

Çınar: Her medya kurumunun kendine ait hedef kitlesi var. Bazıları yurt içi bazıları yurt dışı hedef kitlesi de olabilir. Onun amacı o hedef kitlesi.

Özlem: Medya mesajının ilgilendirdiği kişiler. Büyükler için haberler falan...

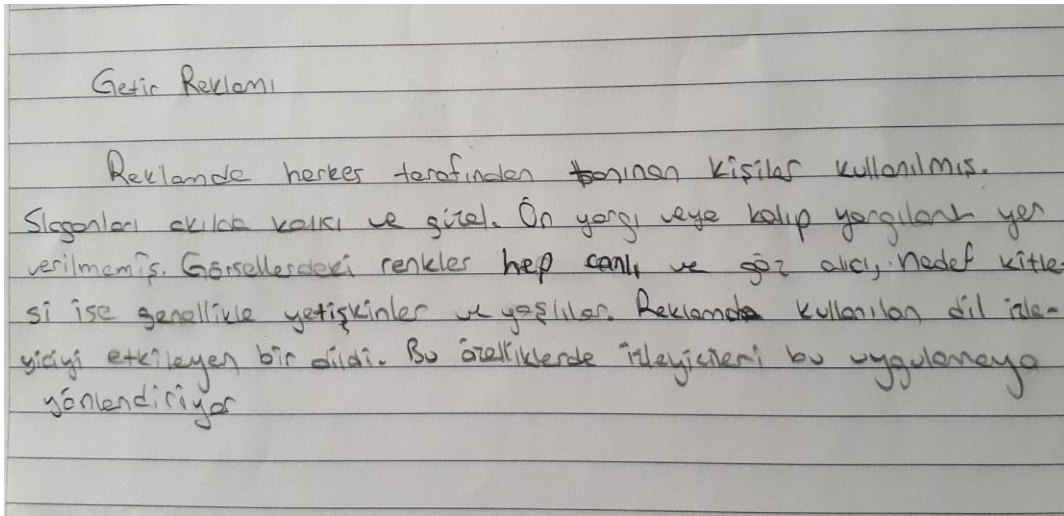
Murat: Yaşa göre değişir ona göre değişir.

Öğretmen öğrencileri ile uygulama sonrası yapması gereken görüşmeleri hastalık sebebi ile görüşmelere ara vermek zorunda kalmasına rağmen öğrencilerin derste uygulanan etkinlikler hakkında bilgi vermişlerdir. Öğretmen öğrencilerin görüşme konusunda istekli olduğu, okul çıkışı olmasına rağmen uzun açıklamalar yaparak sorulara yanıtlar verildiğini gözlemlemiştir. Öğretmenin görüşmelere yönelik gözlemlerini günlüğüne şu şekilde yansıtmıştır:

Öğrenciler ile uygulama sonrası görüşmeler yapıyoruz. Pandemi dolayısıyla görüşmeler için ara vermek zorunda kaldık. Birkaç ay geçmesine rağmen daha önce bu soruları sorduğumda çok kısa cevaplar veriyorlardı. Bu görüşmede uzun uzun anlatıyorlar. Görüşmeleri okul çıkışı yapıyoruz. Hatta bazı görüşmeler uzun sürdüğü için ertesi gün devam edebiliyoruz. Görüşmelere katılmak için istekliler. Bu hafta yaptığım bir görüşmede görüşme bittikten sonra öğrenci "Hocam bu dersten sonra reklamlar çok dikkatimi çekmeye başladı. Kullandıkları renkler, müzikler çok dikkatimi çekmeye başladı" şeklinde ifade etti. Diğer dikkatimi çeken

şey ise Deniz Su derslerde çok sesiz bir çocuktur. Derse katmak zorunda kalırız. Ama bu uygulama sürecinde de dikkatimi çekmişti sloganların üretilmesinde, renklerin kullanımında Deniz Su hemen fikrini belirtirdi. Bu durum arkadaşlarının da dikkatini çekmişti. Şimdi yaptığım görüşmelerde de aynı şekilde cevaplar veriyor (Öğretmenin Günlüğü, 25-29 Ekim 2021).

Bu araştırmada farkındalık becerisine yönelik yapılan uygulamalardan sonra öğrencilerdeki farkındalık becerisini pekiştirmek amacı ile evde izledikleri bir reklamda analizi yapmaları istenmiştir. Reklam analizinde medyada kullanılan dili ve çekiciliğe yönelik, hedef kitlesinin kimler olabileceğine, kalıcılığı sağlamak için kullanılan teknikler neler olduğunu açıklamaya yönelik etkinlik verilmiştir. Örneğin öğrencilerimizden Elif reklam analizi olarak dış macunu reklamını seçmiştir. Reklamda hedef kitlesi olarak yetişkinlerin seçildiğini, hedef kitlesini etkilemek için ünlü bir oyuncunun yer aldığını, görsel olarak göz alıcı parlak, şatafatlı renklerin kullanıldığını belirtmiştir. Renklerin nasıl bir etki bıraktığına dair açıklama yapmamıştır. Reklamda ön yargı ve kalıp yargıların kullanılmadığını ifade etmiştir. Birinci eylem planına ilişkin gelişmelerin bazı örnekleri Görsel 4.2’de gösterilmiştir.



Görsel 4.2. Farkındalık Becerisi Etkinlikleri Örnekleri

Jumbo Reklamı

7/13

Ziyaret sofrasında, adı sık tabaklarda cesit cesit yemekler yenecek şekilde çekilmiş bir reklam. Yemeklerin resimleri çekiliyor. Masanın üzerinde cesit cesit bardak, satel bilet vb var.

"Her ramazan ramazısı, her ramazan Jumbo" sloganından sonra masanın başında bir fil üzerinde bayen durmakta.

Hedef kitlesi masa düzenine, tabağa, bardağa önem gösterenler.

Toplu sofralarda oturmak kültürel öge.

Jumbo nun anlamı; iri yarı, kocaman demektir.

kültürel unsurlar, kullandıkları dil ve görseller...

Ödev yarın teslim edilecek.

Büyüdüm büyüdüm pınarla büyüdüm...

kültürel unsurlar: bize büyüklüğümüz küçükliğimizden beri süt içti büyüdük diyor.

hedef kitlesi: aileler ve çocuklar

kalip şarkılar süt içersek büyürüz

Ön varsayılar sadece süt içersek büyürüz.

kullandıkları dil ve görseller reklamın şarkısı, aklında kalıcı görseller anne ve çocuk var ve teyzide çok mutlu ve süttten çok memnun.

Ödev yarın teslim edilecek. → 19.03.21

Ben bu hafta TV'de izlediğim bir reklamı sizinle birlikte inceleyeceğiz.

Biliyorsunuz ki günümüzde güzel ve popüler kişiler yer almakta.

Bugün üzerinde konuşacağımız reklam Signal White Now adlı reklamımız.

Reklam yüzünde Hande ERGEL oynamakta. Reklam bizi signal diş macununu almaya yönlendiriyor. Hedef kitlesinde ise yetişkinler bulunmaktadır.

Kullandıkları dil bizi o diş macununu almaya sürüklemekte ve görsel olarak göz alıcı, parlak ve şatafatlı bir reklamdır. Reklamda ön yargı ve kalp yargı bulunmamaktadır.

7-B / 519

Görsel 4.2. (Devam) Farkındalık Becerisi Etkinlikleri Örnekleri

Görsel 4.2'de öğrenciler farkındalık becerisi için yapmış oldukları reklam analizlerine yönelik görüşlerini bildirmişlerdir. Örneğin Özlem yapmış olduğu tabak reklam analizi için ürünün farklı çeşitlerini kullanmaya çalıştıklarını, dikkat çekmek için slogan kullandıklarını ifade etmiştir. Reklamda kadın figürünün kullanıldığını, kültürel öge olarak toplu sofralarda oturmayı kullandıklarını dile getirmiştir. Markanın isminin de özel

olarak ve anlamlı şekilde belirlendiğini ifade etmiştir. Diğer bir öğrenci ise süt markası analizini yapmıştır. Öğrencimiz farkındalık becerisi için reklam analizini şu şekilde ifade etmiştir. Kültürel unsur olarak büyüklerimiz küçüklükten beri süt iç büyüsün söyleminden yola çıkarak “Pınarla büyüdüm” sloganını kullanmışlardır. Reklamın hedef kitlesinin aileler ve çocuklardır. Kullanılan ön yargı, sadece süt içersek büyürüz ifadesi kullanılmıştır. Anne ve çocuğun çok mutlu hallerini gösterdiklerini ve süttten çok memnun şeklinde göründüklerini ifade etmiştir. Bir diğer öğrenci ise reklam analizini online sipariş alan bir uygulamanın reklamına yönelik olmuştur. Öğrenci reklamda herkesin tanıdığı (ünlülerin) kişilerin kullanıldığını, sloganın akılda kalıcı ve güzel olduğunu ifade etmiştir. Reklamda ön yargı ve kalıp yargılara yer vermediklerini, görsellerdeki renklerin canlı ve göz alıcı olduğunu ifade etmiştir. Hedef kitlesinin genelde yetişkinler ve yaşlılar olabileceğini, kullanılan dilin izleyiciyi etkileyen ve uygulamaya yönlendiren bir dil olduğunu ifade etmiştir. Öğrenciler yapmış oldukları reklam analizleri ile farkındalık becerisinin kazanımı olan medya ürününün amacını, ürünlerde kullanılan dilin, kalıp ve ön yargıların ve hedef kitlesinin farkındalığına yönelik gelişmelerin olduğu görülmektedir.

Bir diğer etkinlik ise grup şeklinde gerçekleştirilmiştir Üç öğrenci grubu oluşturulmuştur. Gruplara çevrim içi (online) şeklinde bir araya gelerek medya biyografisi konusunu içeren bir medya ürünü oluşturmaları gerektiği yönergesi verilmiştir. Oluşturacakları medya ürününde belirlenen hedef kitlesi, kullanılan dil ve çekicilik, görseller, sloganlar, kalıp yargılar gibi kullanılan ikna tekniklerini açıklanmaları istenmiştir. Gruplarda her öğrencinin aktif olarak görev almaları gerektiği öğrencilere belirtilmiştir. Öğrencilerin aktif katılımı online olarak takip edileceği yönerge ile öğrencilere bildirilmiştir. Grup iki oluşturdukları medya ürününe yönelik yaptıkları çalışmalarının adımlarını, amaçlarını yazılı olarak da açıklamıştır. Farkındalık becerisini geliştirmeye yönelik grupların yapmış olduğu medya ürünü okulun sosyal medya sayfasında paylaşımına açılmıştır. Öğrenci ürünleri Görseller 4.3’de paylaşılmıştır.

DERGİ

Dergi : belirli aralıklarla yayımlanan , genellikle kuşe veya mat kağıda basılan ya da elektronik olarak dağıtılan süreli yayına demir .

Dergilerin içerikleri : Dergilerde çeşitli konulara ilişkin haber , makale , eleştiri , inceleme ve araştırmanın yanı sıra renkli fotoğraflar , resimler ve karikatürlerde yer alabilir.



Derginin Tarihiçesi : Bilinen en eski dergi, 1663'te Hamburg'da yayımlanan edebiyat ve felsefe dergisidir. 1731'de Londra'da yayımlanan The Gentleman's Magazine ilk genel kültür dergisidir.

Dergilerin asıl amacı bilgi vermektir, insanların ifşalarını değil...

GAZETE



Gazete: Haber,spor,magazin,din,bilgi,hukuk,siyaset,bulmaca ve reklam içeren, genellikle düşük fiyatlı basımı ve dağıtımı yapılan kağıttır. Halka güncel haberlere ilişkin bilgi verme amaçlı yapılmıştır.Günlük veya haftalık olarak üretilir.

Gazetenin tarihiçesi :

İlk gazete MO 59 yılında 2000 adet basılıp Roma'da İmparatorluğun çeşitli yerlerinde dağıtılan Acta Diurna 'dır . Bu gazete fethedilen toprakların siyasi gelişmeleri ve toplumsal olaylarının sonuçlarını içermektedir . 15. Yüzyılda matbaanın keşfi ile gazeteler hızla gelişmiştir. Johann Carolus'un 1605 yılında yayınladığı aller Fürnemmen und gedenckwürdigen Historie adlı gazetesi kâğıt üzerine basılan ilk gazete kabul edilmektedir.. İlk İngilizce gazete , 1622 yılında İngiltere 'de yayımlanmıştır. Nathaniel Butter,ilk Türkçe gazete ise 1828'de Kahire'de yayımlanmaya başlayan Vekâyi-i Mısıriyye'dir. Süreli ilk gazete 17. yüzyılların başlarında Almanya'nın bazı kentlerinde ve Belçika da basılmıştır .

GAZETE TIPLERİ;

- Gazeteler yayım saati, yayım süresi, konuları ve dağıtıldıkları bölgeye göre değişiklik gösterebilir.
- Yayımlandığı saate göre sabah gazetesi ve akşam gazetesi yayımlanma sıklığına göre günlük gazete ve haftalık gazete gibi türlere ayrılabilir .
- Hitap ettiği kitleye göre dağıtımının yapıldığı yere göre yerel , ulusal ya da uluslararası gazete olarak adlandırılabilir .

Hayat aslında gerçeklerden ibarettir ve gerçeklerde gazetelerde yazanlardan ibarettir... ✨

Görsel 4.3 Farkındalık Becerisi Grup 2 Afiş Çalışması



Görsel 4.3 (Devam) Farkındalık Becerisi Grup 1 Afiş Çalışması

Grup 1'in medya ürününü oluşturma sürecine yönelik görüşleri öğretmen gözlemlerine yansımıştır. Öğrenciler medya organı olan radyo ve televizyona dikkat çekmek için özel renkler seçtiklerini ifade etmişlerdir. Kalıcı olması ve akılda kalıcılığı sağlamak için kısa slogan oluşturduklarını ifade etmişlerdir. Bu durum farkındalık becerisinde gelişmelerin olduğunu göstermiştir.

7/B Sosyal Bilgiler 2.Grup Afiş Çalışması



İNTERNET HAKKINDAKİ AFİŞİMİZ BU ŞEKİLDEDİR

BAĞLAN AMA BAĞIMLI OLMA

1. Çevrimiçi geçirilen zamanın kontrolünü kaybetme
İnternet ortamında planladığınızdan daha fazla zaman geçirebilirsiniz. Birkaç dakika, birkaç saatle değişebilir. Çünkü İnternette meğul olduğumuz işler - zaman bir hızla yitirilir. Çünkü, "İnternet bağımlılığı" dediğimiz şey buradan doğabilir.

2. Üstün rutin işleri yapmada zorluk çözüme, sorumlulukları yerine getirmeye
İnternet alışkanlığı rutininizi düzenleyebilir. Yaptığınız işleri zamanında yapamazsanız, sorumluluklarınızı yerine getiremezsiniz. Çünkü İnternette yaptığınız işleri zamanında yapamazsanız, sorumluluklarınızı yerine getiremezsiniz.

3. Aileden ve arkadaşlardan kopma ve sosyal izolasyon
İnternet ortamında sosyal medya kullanırken, online oyunlar oynarken veya diğer sosyal medya uygulamaları kullanırken, aileden ve arkadaşlardan kopma ve sosyal izolasyon yaşayabilirsiniz. Çünkü İnternette yaptığınız işleri zamanında yapamazsanız, aileden ve arkadaşlardan kopma ve sosyal izolasyon yaşayabilirsiniz.

4. İnternet kullanma konusunda suçluluk ya da kendini savunma duygusu
İnternette yaptığınız işleri zamanında yapamazsanız, suçluluk ya da kendini savunma duygusu yaşayabilirsiniz. Çünkü İnternette yaptığınız işleri zamanında yapamazsanız, suçluluk ya da kendini savunma duygusu yaşayabilirsiniz.

5. İnternette duygusal veya ruhsal sıkıntılardan kaçmak amacıyla kullanmak
Eğer, İnternet kullanımını bir şeylerden kaçmak içinse, İnternette olmadığınızda, kendinizi mutsuz, yoksun ve sıkılmış hissediyorsanız "İnternet bağımlısı" olma ihtimaliniz oldukça yüksektir.

4. İnternet kullanımı konusunda suçluluk ya da kendini savunma duygusu
Anneleriniz, babanız veya büyükleriniz, İnternet kullanımı konusunda sizden şikâyetçi olmaya başladığıysa, İnternet kullandığınızı, aile bireylerinizden saklama ihtiyacı duyuyorsanız "İnternet bağımlısı" olma yolunda ilerliyorsunuz demektir.

5. İnternette duygusal veya ruhsal sıkıntılardan kaçmak amacıyla kullanmak
Eğer, İnternet kullanımını bir şeylerden kaçmak içinse, İnternette olmadığınızda, kendinizi mutsuz, yoksun ve sıkılmış hissediyorsanız "İnternet bağımlısı" olma ihtimaliniz oldukça yüksektir.

Görsel 4.3. (Devam) Farkındalık Becerisi Grup 3 Afiş Çalışması

Afişimizin amacı

Yaptığımız afişte şu an bir çok insanın yaşadığı bir problem olan telefon ve internet bağımlılığına değinmek istedik. Bu sayede insanları bu konu hakkında daha da bilinçlendirmeyi ve bilgilendirmeyi hedefledik.



Afişimizin Hedef Kitlesi

Hedef kitlesi olarak gençleri seçtik çünkü hepimizin bildiği gibi sosyal medya da olsun medya da olsun en aktif ve en fazla etkileşim içinde bulunan kitle gençler. Haliyle en fazla internete bakan ve telefon bağımlılığına takılıp kalan kitle de gençler.



Afişimizde Kullandığımız Dil ve Çekicilik

Öncelikle afişin görsel ve estetiksel yapısı için renk uyumlarına özen göstermeye çalıştık bunun yanı sıra küçük figürler veyahut şekiller kullandık. Aynı zamanda cümlelerin aşırı bir uzunlukta olmamasına dikkat etti



Görsel 4.3. (Devam) Farkındalık Becerisi Grup 3 Afiş Çalışması



Görsel 4.3. (Devam) Farkındalık Becerisi Grup 3 Afiş Çalışma

Sonuç olarak, öğrencilerin uygulanan eylem planları ile medya okuryazarlığında farkındalık becerisine yönelik medyanın dili ve çekiciliği, görsellerin kullanımı, sloganlar, ön yargı ve kalıp yargıların kullanımı, hedef kitlenin anlamına ilişkin gelişmelerin olduğu görülmektedir.

4.1.2. Erişim Becerisi

Öğrencilerin medya okuryazarlığı becerisinin alt becerisi olan erişim becerisine yönelik bulgular, Öğrencilerin Erişim Becerisi Mevcut Durum, Erişim Becerisi Eylem Planları ve Öğrencilerin Erişim Becerisindeki Gelişmeler başlıklarında verilmiştir.

4.1.2.1. Öğrencilerin Erişim Becerisi Mevcut Durum ve Eksiklikleri

Öğrencilerin erişim becerisini geliştirmek için uygulama öncesi mevcut durum ön görüşmeler ile belirlenmiştir. Bu amaçla öğrencilere “Hangi medya kaynaklarından yararlanıyorsun?”, “Medya araçlarında yer alan bir bilgiye ulaşma konusunda, gerekli durumlarda içeriği sınırlandırma (filtreleme) araçlarını nasıl kullanıyorsun?”, “E-devlet, E-

okul uygulamaları, belediye hizmetleri, vatandaşlık işlerimle ilgili konularda, medya araçlarını nasıl kullanıyorsun? Örnek verebilir misin?”, “Bilgiye ulaşma konusunda medyanın hangi kaynaklarını tercih ediyorsun ve neden tercih ediyorsun?”, “Bir vatandaş olarak demokratik haklarımı kullanma konusunda medya araçlarından nasıl yararlanıyorsun?”, “Bir vatandaş olarak medya araçlarından yararlanırken sorumlulukların konusunda ne düşünüyorsun?”, “Bu sorumluluklarından isteyip de yapamadıkların var mı?” soruları sorulmuştur. Bu sorular ile öğrencinin erişim becerisine yönelik mevcut durumu anlaşılmaya çalışılmıştır. Öğrencilerle yapılan yarı-yapılandırılmış görüşme sonrası öğrencilerin erişim becerisi konusundaki görüşleri Tablo 4.6’da verilmiştir.

Tablo 4.6. Öğrencilerin Erişim Becerisine İlişkin Görüşleri (Mevcut durum)

Temalar	Mevcut Durum (Ön Görüşmeler)	F
Yararlanılan medya kaynakları	Instagram, WhatsApp,	12
	Google, YouTube,	3
	Zoom, Oyun siteleri	3
	Televizyon, Kitap, Dergi.	3
Medya araçlarında bilgiye ulaşma ve sınırlandırma (filtreleme)	Google’dan kelimeyi girerim.	9
	Anlamadım	3
	Wikipedia bakarım	2
	Ekşi sözlük bakarım	2
	YouTube	2
	Araştırırım.	1
	Kullanmıyorum	1
	Sınırlandırmam	1
E -hizmetlerden yararlanma	E- okul notlarım için	10
	Kullanmıyorum	7
	E posta	1
	E devlet	1
	Hes kodu	1
Bilgiye ulaşmada tercih edilen medya kaynakları	Google,	11
	İnternet	2
	Wikipedia	2
	Ekşi sözlük	2
	YouTube	2
	İnstagram	1
	Twitter	1
	Telefon	1
Medya araçlarını kullanırken demokratik haklarımı kullanma	Kullanmıyorum,	8
	İnternette haberlere bakıyorum.	7
	Google	3
	Bilmiyorum,	2
	Şikâyet hakkımı kullanıyorum	1
İhtiyaç duymadım	1	

Tablo 4.6. Öğrencilerin Erişim Becerisine İlişkin Görüşleri (Mevcut durum)

Medya araçlarından yararlanırken sorumluluklarını yerine getirme / İsteyip de yapmadıkları	Sorumluklarım yok Bilmiyorum. Yazışmalarına dikkat ederim	12 6 2
--	---	--------------

Tablo 4.6’da görüldüğü gibi eylem planları uygulaması öncesi yapılan ön görüşmelerde öğrenciler sorulara daha çok kısa yanıtlar vermiş açıklama yapamamışlardır. Öğrencilerin uygulama öncesi yararlandığı medya kaynaklarına ilişkin görüşlerine baktığımızda Instagram, Whatsapp, Google, Youtube, Zoom, oyun siteleri, televizyon, kitap, dergi olarak ifade ettikleri görülmektedir. Tablo 4.6’da görüldüğü gibi öğrencilerin yararlandıkları medya kaynaklarında ayırım yapmadıkları ve kullanım amaçlarından bahsetmedikleri görülmüştür. Öğrencilerin yararlandıkları medya kaynaklarına yönelik görüşleri şöyledir:

Emre: Instagram, Whatsapp.

Yusuf: Youtube, çok fazla bir şey.

Eda: Online, arkadaş whatsapp.

Melek: Instagram, arkadaşlarımla istediğimle.

Tablo 4.6’da görüldüğü gibi eylem planları uygulaması öncesi yapılan ön görüşmelerde öğrencilerin medya araçlarında bilgiye ulaşma konusunda, gerekli durumlarda içeriği sınırlandırmaya (filtreleme) ilişkin görüşlerine baktığımızda “Google’den kelimeyi girerim, anlamadım, Wikipedia bakarım, ekşi sözlüğe bakarım, Youtube, araştırırım, kullanmıyorum, sınırlandırmam” şeklinde ifade ettiklerini fakat herhangi bir filtreleme yapmadıkları görülmektedir. Bilgiye erişim becerisi için öğrencilerin kelimeyi sınırlandırması ile birlikte, bilginin güncelliğine, doğrulanabilir olmasına ve güvenilir olmasına dikkat edecek ölçütlere sahip olması gerekir. Öğrencilerin görüşlerine baktığımızda bahsedilen ölçütler ile ilgili bilgiye sahip olmadıkları ve açıklama yapamadıkları görülmektedir. Öğrencilerin bilgiye ulaşma konusundaki görüşleri şöyledir:

Özlem: kelimeyi Google yazarım

Atahan: Sınırlandırmam

Elif: Youtube çok zaman geçiriyorum. Gazete okuyorum, Tudem yayınlarına bakıyorum.

İnternette vakit geçiriyorum.

İrmak: Google giriyorum, yaşıma uygun olana bakıyorum.

Eda: Kullanmıyorum. Haberim yok, teknoloji kullanmıyorum.

Ezgi: Anahtar kelime kullanıyorum, Youtube’den filtreleme var onu kullanıyorum. Sadece bunları kullanıyorum.

Tablo 4.6’da görüldüğü gibi eylem planları uygulama öncesi yapılan ön görüşmelerde öğrencilerin E-devlet, E-okul uygulamaları, belediye hizmetleri, vatandaşlık

işerimle gibi medya araçlarının kullanımına ilişkin verdikleri yanıtla baktığımızda “E-okul notlarım için, kullanmıyorum”, “E-posta, E-devlet, Hes kodu” olarak ifade ettikleri görülmektedir. Öğrencilerin çoğunluğu e-okul hizmetinden yararlandığını ve sorulan sorulara çok kısa cevaplar verdiği, görülmektedir. Öğrencilerin E-devlet, E-okul uygulamaları, belediye hizmetleri, vatandaşlık işerimle ilgili medya araçlarının kullanımı konusundaki görüşleri şöyledir:

Irmak: Evet, e-okul, karne.

Ali: Kullanmıyorum, ailem kullanıyor.

Berkay: Kullanmıyorum.

Ezgi: E-posta kullanıyorum var, kullanıyorum, e- okul kullanıyorum.

Eda: Ödevler, karne notu uygulaması.

Özlem: E-okul bilgileri, Hes kodu için kullanıyorum.

Tablo 4.6’da görüldüğü gibi eylem planları uygulama öncesi yapılan ön görüşmelerde, öğrencilerin bilgiye ulaşma konusunda medyanın tercih edilen kaynaklara ilişkin görüşlerine baktığımızda, Google, İnternet, Wikipedia, Ekşi Sözlük, Youtube, İnstagram, Twitter, telefon olarak ifade ettikleri görülmektedir. Öğrenciler tercih ettiği kaynakları kullanım alanlarına ilişkin bir açıklama yapmadıkları görülmektedir. Öğrencilerin bilgiye ulaşma konusunda medyanın tercih edilen kaynakları konusundaki görüşleri şöyledir:

Özlem: Araştırırım, internette doğrulanmış olan.

Asya: Google hangi site çıkarsa.

Hakan: İnstagramda fotoğraf paylaşıyorum.

Murat: Google herkesin yaptığı şeyler gibi tıklıyorum.

Emre: Google da daha çok site olduğu için.

Çiğdem: Google, ekşi sözlük daha doğru bilgiler, sözlükler var.

Tablo 4.6’da görüldüğü gibi eylem planları uygulama öncesi yapılan ön görüşmelerde, öğrencilerin bir vatandaş olarak demokratik haklarını kullanma konusunda yararlanılan medya araçlarına ilişkin görüşmelerine baktığımızda “Kullanmıyorum”, “İnternette haberlere bakıyorum”, “Google, bilmiyorum”, “Şikâyet hakkımı kullanıyorum” olarak ifade ettikleri görülmektedir. Öğrencilerin çoğu ise “kullanmıyorum” ya da farklı amaçlarla kullanmalarına rağmen “sadece haberlere bakıyorum” şeklinde cevap vermiştir. Öğrenciler daha önceki cevaplarda medya araçlarından bilgi edindikleri, iletişim kurdukları, eğlence amacıyla kullandıklarına yönelik görüş bildirmelerine rağmen bunun bir demokratik hak olduğunun farkında olmadıkları görülmektedir. Ayrıca öğretmen öğrencilerin medyayı iletişim aracı olarak kullandıklarından ve sosyal medya kullanıcısı olduklarından haberdardır. Fakat öğrencilerin çoğu kullanmıyorum şeklinde cevap vermiştir. Öğrencilerin bir vatandaş olarak demokratik haklarını kullanma konusunda medya araçlarından yararlanmaya yönelik görüşleri şöyledir:

Asya: Kullanmıyorum.

Berkay: İsim düşüğünde Google kullanıyorum.

Elif: İnternette haberlere bakıyorum. Temayı takip ediyorum, insanların paylaşımına bakıyorum, bilgilenme amaçlı, deprem gibi.

Eylül: Bilmiyorum ki. İnternet hakkımı kime şikâyet ederim gibi mi?

İrmak: Haberlere bakıyorum, basınla, haberleşme özgürlüğü ile

Çiğdem: Şikâyet ediyorum, yanlış ürün aldığında internette müşteri yazma kısmına yazıyorum.

Eda: İhtiyaç duyduğumda Google dan haberleri öğreniyorum

Emre: Şikâyet hakkımı kullanıyorum. İstagramda şikâyet engelleme özelliği var onu kullanıyorum.

Tablo 4.6’da görüldüğü gibi eylem planları uygulama öncesi yapılan ön görüşmelerde, öğrencilerin bir vatandaş olarak medya araçlarından yararlanırken sorumlulukları ile ilgili görüşlerine baktığımızda sorumluklarım yok, bilmiyorum, yazışmalarına dikkat ederim şeklinde ifade ettikleri görülmektedir. Öğrencilerin yarısından fazlası sorumluluğum yok, şeklinde çok kısa cevaplar verdiği açıklama yapmadıkları görülmektedir. Öğrencilerin bir vatandaş olarak medya araçlarından yararlanırken sorumluluklarına yönelik görüşleri şöyledir:

Murat: Sorumluluğum yok.

Emre: Bilmiyorum.

Elif: Yok.

Eda: Bilmiyorum. Ama mesajlarda üslubuna dikkat etmek gibi mi?

Asya: Sorumluluğum yok.

Özlem: Sorumluluğum yok.

Berkay: Whatsapp yazışmalarına dikkat ederim.

Tablo 4.6’da görüldüğü gibi eylem planları uygulaması öncesi yapılan ön görüşmelerde öğrencilerin bir vatandaş olarak medya araçlarından sorumluluklarından isteyip de yapamadıklarına ilişkin görüşlerine baktığımızda “sorumluklarım yok, bilmiyorum, kullandım” şeklinde cevap verdikleri görülmektedir. Öğrencilerin yarısı açıklama yapmadan sorumluluklarının olmadıklarını, çoğunun ise sorumluluklarını bilmediklerini söylemiş ve çok kısa cevaplar vermişlerdir. Öğrencilerin bir vatandaş olarak medya araçlarından sorumluluklarından isteyip de yapamadıklarına yönelik soruya herhangi bir cevap belirmemişlerdir.

Eylem planları uygulaması öncesi mevcut durumu tespit etmek amacıyla yapılan ön görüşmelerde öğrencilerin medya okuryazarlığının alt becerisi olan erişim becerisinde bilginin sınırlandırılması, güncel bilgi, vatandaş olarak medya araçlarından yararlanma, doğru ve güvenilir bilgiye erişme, erişimde hak ve sorumlulukların kullanımına yönelik eksiklerin olduğu görülmektedir.

4.1.2.2. Erişim becerisi eylem planları

Erişim becerisine yönelik mevcut durum belirleme çalışmaları sonucunda, öğrencilerin erişim becerisini geliştirmeye ihtiyacın olduğu ortaya çıkmıştır. Beceriye geliştirmek amacı ile “Türkiye’de nüfusun dağılışını etkileyen faktörlerden hareketle Türkiye’nin demografik özelliklerini yorumlar.” kazanımına yönelik ders planı hazırlanarak uzman görüşüne sunulmuştur. Uzmanların görüşleri doğrultusunda 19.03.2021 tarihinde ders planı uygulanmıştır. Erişim becerisini geliştirmeye yönelik bu derste medya araçlarını amaçları doğrultusunda kullanma, medyada edinilen bilginin güvenilirliği, bilgiye erişim, bilgiyi sınırlandırma, bilginin doğruluğu, doğrulanabilirliği, amaç ölçütü, tarafsızlığı, kabul edilebilirliği, resmi sayfa, ticari sayfa kavramların üzerinde durulmuştur. Bu bağlamda derslerde kullanılan kavramları pekiştirmek için uzman görüşü alınarak hazırlanan ev ödevi şeklinde çalışma yaprakları hazırlanmış ve öğrencilere iletilmiştir. Erişim becerisini geliştirmeye yönelik üçüncü eylem planı Tablo 4.7’de gösterilmiştir.

Tablo 4.7. Erişim Becerisine İlişkin Üçüncü Eylem Planı

Dersin adı	Sosyal Bilgiler
Sınıf	7B
Süre	30
Öğrenme Alanı	İnsanlar, Yerler ve Çevreler
Konu	Türkiye Nüfusunun Özellikleri
Kazanımları	SB.7.3.2. Türkiye’de nüfusun dağılımını etkileyen faktörlerden hareketle Türkiye’nin demografik özelliklerini yorumlar.
Yöntem ve Teknikler	Sunuş yolu, Buluş Yolu, Anlatım tekniği, Soru- cevap yöntemi,
Dikkati Çekme	I.GİRİŞ Öğretmen öğrencilere Türkiye’nin nüfusu ne kadardır? Sorusunu sorar.
Güdüleme	Bu derste medyada kullandığımız bilgilerin hangisinin resmi, hangisinin ticari hangisinin güvenilir olduğunu ve nasıl kullanacağımızı öğreneceğiz.
Gözden Geçirme	Medyadaki bilgileri bilinçli bir medya kullanıcısı olarak kullanacaksınız
Derse Geçiş	Bir ülkede nüfus sayımının yapılmasının amacı ne olabilir? Ülkemizde en son nüfus ne zaman yapıldı? Sorusu sorulur.
	II. GELİŞTİRME Öğretmen, öğrencilere Türkiye de nüfusun ne kadar olduğunu sorar. Öğrencilere bu bilgiye nerden ulaşabileceğimizi sorar. Öğrencilerden cevap alındıktan sonra düz anlatım yöntemi ile bunun için TÜİK verilerine bakılması gerektiğini söyler. TÜİK kurumunun ne anlama geldiğini ve işlevinin ne olduğunu açıklar. İnternette en son 04.02.2021 TÜİK adrese dayalı Türkiye’nin nüfus verileri www.tuik.gov.tr öğrencilerle paylaşılır. Öğrencilere Google dan arama yapıldığında nüfus ile ilgili çok fazla haberin olduğu ama neden bu link kullanıldığı sorulur. Bu verilerin neden güvenilir olduğu sorusu öğrencilere sorulur. Bu verilerin güvenilir olduğu çıkarımını öğretmen rehberliğinde öğrenci yapar. Öğretmen geçen dersimizde Ülkemizde ilk nüfus sayımının 1927 yılında yapıldığını ve ne kadar nüfusun olduğunu öğrendiğimizi söyler. ilk yapılan nüfus sayımı ile ilgili hangi medya kaynaklarından bilgi edinebileceğimiz sorulur. Öğrencilere bu bilgilere dönemin gazete ve dergilerinden ulaşılacağı çıkarımı yaptırılır. Öğrencilere günümüzde nüfus ile ilgili internetin dışında hangi medya kaynaklarından ulaşılacağı çıkarımı yaptırılır. (Televizyon, radyo, dergi ve gazete gibi medya araçları çıkarımı yaptırılır) Öğretmen öğrencilere elektronik Adres Uzantılarını tablo halinde verir (MEB, 2009) Akademik kuruluşlar. (.ac) Ticari kuruluşlar (.com (commercial)) Eğitimle ilgili kurum ve kuruluşlar (.edu(education)) Arşiv sitesi, dosya transfer protokolü (.ftp(file transfer protocol)) Devlet işleri ile ilgili kurum ve kuruluşlar (.gov(government)) Uluslararası organizasyon ve kuruluşlar (.int (international)) Ana sınıftan üniversiteye kadar olan eğitim kurumları (.k12 (kindergarden to 12)) Askerî kurum ve kuruluşlar (.mil(military)) Kâr amacı gütmeyen kuruluşlar, sivil toplum örgütleri (.org(non Profit organization)) İletişim ağları ile ilgili kuruluşlar (.net (network)) Bu uzantıların açıklaması verildikten sonra öğretmen tekrar www.tuik.gov.tr paylaşır tekrar uzantının ne anlama geldiğini sorar neden bu kaynağın kullanılması gerektiği çıkarımını yaptırır . Öğretmen bu kuruluşlar ile ilgili bilgi verir. Öğretmenin rehberliğinde bu uzantılardan hangisine ihtiyaç duyulduğunda hangi uzantıdan ulaşılacağı çıkarımı yaptırılır. Öğretmenin rehberliğinde bilgiye ihtiyaç duyulduğunda hangi sitenin güvenilir olabileceği çıkarımı yaptırılır.(Amaç bilgiye ulaşmada güvenli bilgi elde etme) Google’dan arama yapıldığında neden “com.” Uzantılarının fazla olduğu sorulur.

Tablo 4.7. (Devam) *Erişim Becerisine İlişkin Üçüncü Eylem Planı*

Öğrencilere medyanın ekonomik kazanç elde etmeye çalıştığı kavratılmaya çalışılır.

III. SONUÇ

Ölçme ve Değerlendirme

Dersin sonunda öğretmen buluş yolu yöntemi ile öğrencilere sorular sorarak:

Günlük Yaşamımızda medyanın hangi kaynaklarına erişim sağlıyoruz? sorusu öğrencilere sorulur.

Öğretmen rehberliğinde ulaşılan medya kaynakları ifade edilir.

Resmi uzantıların ne anlama geldiği çıkarımı yaptırılır.

Ticari uzantıların ne anlama geldiği çıkarımı yaptırılır.

Geçen dersimizde nüfus sayımında nüfusun yaş gruplarına ulaşabiliriz demiştik. Ülkemizin yaşlı nüfusunun fazla olduğu ile nasıl ulaşabiliriz?

Çalışan çocuk nüfus ile ilgili hangi kaynaklardan ulaşabiliriz? Nasıl arama yapabiliriz?

Alıştırma/Ödev

Bu hafta ödeviniz Ülkemizde İlkokullarda ve ortaokullarda okuyan öğrenci sayısının ne kadar olduğunu araştırınız. Bu bilgiye ulaşmak için hangi kaynaklardan yararlandığınızı belirtiniz.

Ülkemizde en fazla kent nüfusunun hangi ilde olduğunu, Kır nüfusunun hangi ilde olduğunu araştırınız. Araştırmanızda hangi kaynaktan yararlandığınızı belirtiniz.

Bilgi erişim sağladığınız uzantılardan 5 tanesini ve hangi amaçla erişim sağladığınızı defterinize yazınız.

Bir medya okuryazarı olarak bu uzantıların anlamını bilen ne gibi yararları olabileceğini en az beş cümle ile yazınız.

Yazdığınız ödevi whatsapp üzerinden bana iletiniz.

Ders planda belirtildiği şekilde işlenmiştir. Bu plan kapsamında erişim becerisini geliştirmek için gerekli olan bilginin sınırlaması, amaç ölçütü, doğruluğu, doğrulana bilirliliği, güncelliği, resmi, ticari, eğitim, sivil toplum kuruluşu sayfası gibi temel kavramlar ve ilkeler kazandırılmaya çalışılmıştır. Önce öğrencilere Türkiye'nin nüfusu sorulmuştur. Nüfus sayısını öğrenmek için hangi bilgi edinme kaynaklarından yararlanıldığı sorulmuştur. Öğrencilerden medya araçlarından internet yolu ile bilgiye ulaştıklarının cevabı alınmıştır. Öğrencilerden İrmak "Medya yolu" şeklinde cevap vermiştir. Bunun üzerine öğretmen erişimde bilginin güncelliği çıkarımını yaptırmak için "Önümüze çıkan ilk bilgiyi alabilir miyiz? Sorusunu sorarak öğrencilerin çıkarım yapmalarını sağlamıştır. Üçüncü eylem planı 10.03.2021 tarihinde Cuma günü saat 11.15'de video ders kayıtlarına bir bölümü şu şekilde yansımıştır:

Öğretmen: İşte şimdi konumuza bağlayacağız. Biz şu anda adrese dayalı sistemden nüfusumuzu öğreniyoruz. Bu bilgiyi hangi yollarla öğreniyoruz?

İrmak: Medya yolu ile bilgiye ulaşıyoruz Hocam. İnternet sayesinde.

Öğretmen: Peki biz bilgileri önümüze çıkan ilk bilgiyi rast gele alabilir miyiz? Biri çıkıp bize dese ki bizim ülkemiz yüz milyon olmuş. Kabul edecek miyiz?

Murat: Hemen TÜİK açacağız. Kanıt göstereceğiz.

Çiğdem: Onlar resmi olarak kendi bulduklarını toplamış oluyorlar ona göre mi yapıyor? Onlarda bütün her yere vermiş oluyorlar.

Öğretmen öğrencinin sorusu üzerine adrese dayalı nüfus sayım sisteminin nasıl gerçekleştiğini anlatım yolu ile anlatmıştır. Bilgi eksikliğini gidermeye çalışmıştır. Gerekli açıklamayı yaptıktan sonra etkinliği uygulamalı hale getirmek için projeksiyon aracılığı ile internet üzerinden arama motoruna “Türkiye nüfusunu ne kadar?” sorusunu yazmıştır. Öğretmen bilginin güncelliğinin farkına varılmasını sağlamak için ilk karşımıza çıkan bilgiye bakmalı mıyız sorusunu sormuştur. Öğrencilerden Çınar “Hayır 2021’e bakmalıyız, TÜİK’den resmi siteye bakmalıyız” şeklinde cevap vermiştir. Öğretmen farklı medya kaynaklarından yararlanarak bilgi edinmenin yollarını kavratmak için ilk nüfus sayımının 1927 yılında yapıldığını söylemiştir. O dönemde yapılan nüfus sayısına nasıl ulaşabiliriz sorusunu sormuştur. Öğrencilerden Eylül “O dönemin gazete ve dergilerinden ulaşabiliriz” cevabını vermiştir. Çınar ise o dönemin medyasından yararlanabiliriz şeklinde cevap vermiştir. Öğrenciler ile derste şu diyalog gerçekleşmiştir: (Arama motorundan nüfus sayısına bakmak için arama yapılmıştır). Arama sonucunda öğrenci şu cevabı veriyor:

Melek: Geldi Hocam Bu 2019 ‘un.

Öğretmen: O zaman demek ki hangi sitelerden alacağım bilgiyi? Bir sürü sayfa var? İlk karşıma çıkana mı bakacağım?

Tuna: Hayır 2021’e bakabilirsiniz. TÜİK’den resmi siteye.

Öğretmen: Peki çocuklar geçen dersimizde dedik ki bizim ilk nüfus sayımımız ilk 1927 yılında gerçekleşti. Peki, o verilere nasıl ulaşacağız? Onları nerden elde edebiliriz.

Eylül: O günün gazete ve dergilerinden yararlanabiliriz.

Çınar: O dönemin medyasından yararlanabiliriz.

Öğretmen öğrencilerin resmi, ticari, sivil toplum kuruluşu gibi sayfaların ayrımını yapabilmeleri için az önce yaptığı aramada com. Uzantısından bilgi almadığını bunun sebebinin ne olabileceği sorusunu sormuştur. Öğrencilerden Irmak “Resmi site olması gerektiği için, devlete bağlantılı bir sayfa olması gerekir”, Ali ise “TÜİK de olmayabilir, goverment öyle bir şey olduğu için” şeklinde cevaplar verişlerdir. Öğrenciler ile derste şu karşılıklı konuşma gerçekleşmiştir:

Öğretmen: Peki o zaman bu sitelerle ilgili bir şey daha soracağım. Bilgiye ulaşma ile ilgili nasıl yapacağız? Sizce neden az önce com uzantısından bilgi almadım?

Irmak: Hocam feyk mi? Resmi site olması gerekiyor.

Ali: Belki de TÜİK’ kinde com.tr. yoktur. Hıım Hocam goverment öyle bir şey olduğu için

Irmak: Hocam resmi devlete falan bağlandığı için mi?

Öğretmen gov, com, org, k12 gibi sitelerin ayrımını yaptırmak için daha önce bu uzantılar hakkında bilgilerinin olup olmadığını sormuştur. Öğrenciler insan sağlığı, eğitim, bütün devlet işleri, sivil toplum kuruluşu şeklinde cevaplar vermişlerdir. Öğrencilerden Ali “org. insan sağlığı için olabilir mi,” Eylül “Kızılay, sigarayı bırakma, org.tr vardı”, Elif ise “Böbrek naklinde organ naklinde” şeklinde cevaplar vermişlerdir. Öğretmen öğrencilerin verdiği cevaplardan sonra uzantıların anlamlarını açıklamıştır. Öğrenciler ile derste şu diyalog gerçekleşmiştir:

Öğretmen: Peki, bir soru daha, gov.tr ‘yi ve Org. Duyduk mu?

Boran: Organizasyon, oradan gelebilir.

Ali: org. İnsan sağlığı için olabilir.

Eylül: Hocam Kızılay. Sigarayı bırak. Org.tr vardı.

Elif: org. Böbrek naklinde, organ naklinde var.

Çınar: Sivil toplum kuruluşu.

Öğretmen: Bir de k12 vardı o neyin uzantısı?

Eda: Hocam uygulama değil miydi o? Eğitimle ilgili.

Deniz Su: Ben k12 bir kuruluş sanıyordum.

İrmak: Eğitimle ilgili, bütün devletler kullanıyor.

Öğretmen :(Projeksiyon ile gösterilerek) Akademik kuruluşlar ne demek?

Özlem: Bilimsel çalışmaların yapıldığı kurumlardır.

Murat: Yani Hocam Aziz Sancar. Tonguç Akademi gibi.

Ali: Hımm ac. Ordan geliyor.

Öğretmen: Ticari derken ne anlama geliyor mesele. Peki, ben gazete alıyorum nasıl ticari oluyor.

Ben gazeteden bilgi edinmiş oluyorum nasıl ticari oluyor?

Gülnur: Hem gazetesini satıyor. Hem bilgi veriyor. Ticari.

Ezgi: Bizi dilleri ile ve görselleri ile etkilemeye çalışıyorlar almamız için. .

Elif: Hocam o zaman bir şey söyleye bilir miyim? Ekonomik kuruluşlarla ilgili araştırma yapacağım, her ac. Daha güvenilir.

Öğretmen öğrencilerin medya uzantılarının çıkarımını yapmaya çalıştığı esnada öğrencilerden Ezgi “Bizi dilleri ile ve görselleri ile etkilemeye çalışıyorlar” şeklinde cevap vermiştir. Farkındalık becerisinde işlediğimiz medyanın dili ve çekiciliği ile ilgili öğrenci bilgi vermiştir. Öğretmen bilgiye erişimde sayfanın güvenliğini sağlamak için “Akşam bir haber çıksa ve okulların hepsi yarın tatil dese ne yapacağız” sorusunu sorar. Öğrenciler “Eğitim bakanı sayfasına bakarız”, “Valiliğin”, “ Twitter’da bakarız”, “Valiliğin sayfasına bakarız” şeklinde cevap vermişlerdir. Öğrenciler ile derste şu diyalog gerçekleşmiştir:

Öğretmen: Gelelim devlet işlerinin olduğu kurum ve kuruluşlara gov.tr nedir?

Çiğdem: e-devlet falan mı?

Öğretmen : ...Evet, e-devlet örneğin olabilir. Akşam bir haber çıktı yarın okular tatil. Ne yapacağız nerden bakacağız bu habere?

Eda: Eğitim bakanının sayfasına bakarız. Valiliğin Twitter’na bakabiliriz, Twet atıyor.

Elif: Yine bilgiyi medya yolu ile elde ediyoruz.

Eda: Direk adamın (valiliğin)attığı şeye bakacağız.

Deniz Su: Hocam Corona virüs haberleri için Sağlık Bakanlığı sayfasına bakacağız.

Öğretmen: Direk Sağlık Bakanlığı gov. tr. ye bakabiliriz. Resmi sayfa.

Öğretmen öğrencilere bilgiye erişim konusunda bilginin güncelliği, sayfanın güvenliği ile ilgili çıkarımlar yaptırarak ders uygulamasını tamamlamıştır.

Öğretmen erişim becerisine yönelik yapılan üçüncü uygulamadan sonra gözlemlerini günlüğüne yansıtmıştır. Günlüğünde ders uygulamasını günlük yaşamda örnekler ile işlendiğinde dersin öğrencilerin ilgisini çektiğini gözlemlemiştir. Üçüncü ders planının uygulamasına yönelik Öğretmenin gözlemleri günlüğüne şu şekilde yansımıştır:

Bugün üçüncü uygulamayı yaptık. Derste bir önceki beceriye yönelik sorular sorduğumda çocuklar artık çok rahat cevap verebiliyorlar. Çocuklar özellikle bir haberin doğruluğundan nasıl emin olabileceğine yönündeki konuya daha çok ilgi duyuyorlar. Uzantıların ne anlama geldiğinin dikkatlerini çektiğini fark ettim. Çocuklarla Zoom üzerinden yapılan ön görüşmeden sonra aramızda olumlu bir bağ oluştuğunu gördüm. Bu derslere katılım ödev yapma gibi konularda daha istekliler. Bir öğrencimiz çevrim içi derslerde kamerasını hiç açmazdı ve aile özel olarak bunun için ısrar edilmemesi talebinde bulunmuştu. Bu öğrencim whatsapp grubu üzerinde ödevler ile ilgili iletişime geçtiğimizde sohbete çok aktif katılıyor. Öğrenciler ders sonrası ödevlendirmeler için whatsapp üzerinden aktif iletişim sağlıyorlar...” (Öğretmenin Günlüğü 19 Mart 2021).

Erişim becerisini geliştirmek amacı ile “Temel haklardan yerleşme ve seyahat özgürlüğünü açıklar.” kazanımına yönelik ders planı hazırlanarak uzman görüşüne sunulmuştur. Uzman görüşü alınarak 26.03.2021 tarihinde uygulanmıştır. Ders planında “Yerleşme ve Seyahat Özgürlüğüm Var” konusu üzerinden bilgiye erişimde sınırlama getirme, bilgi edinme, haber alma gibi demokratik haklarını kullanma, güncel bilgi elde etme, bilginin kapsamına ulaşma, bilinçli bir birey olarak medya kullanımında sorumluluğunu fark etme, e-devlet uygulamalarından yararlanma gibi kavramlar üzerinde durulmuştur. Bu bağlamda öğrencilere bireysel olarak Google Clasroom üzerinden uzman görüşü alınarak çalışma kâğıtları oluşturulmuştur. Çalışma kâğıdı uygulanmıştır. Uzman görüşü alınarak dördüncü eylem planı 26.03.2021 tarihinde yüz yüze uygulanmıştır. Uygulanan dördüncü eylem planı Tablo 4.8’de gösterilmiştir.

Tablo 4.8. Erişim Becerisine İlişkin Dördüncü Eylem Planı

Dersin adı	Sosyal Bilgiler
Sınıf	7B
Süre	30
Öğrenme Alan	İnsanlar, Yerler ve Çevreler
Konu	Yerleşme ve Seyahat Özgürlüğüm Var
Kazanımları	SB.7.3.4. Temel haklardan yerleşme ve seyahat özgürlüğünü açıklar.
Yöntem ve Teknikler	Sunuş yolu, Buluş Yolu, Anlatım tekniği, Soru- cevap yöntemi,
Dikkati Çekme	İ.GİRİŞ Öğretmen öğrencilere seyahat özgürlüğü ne demektir sorusunu sorar. E- devlet uygulaması nedir sorusu sorulur.
Güdüleme	Bu derste medya yolu ile özellikle e-devlet uygulaması ile sahip olduğumuz haklarımızı ve sorumluluklarımızı öğreneceğiz. Ayrıca bilginin sınırlandırılması, kapsamı güncel bilgi gibi kavramlar öğreneceğiz.
Gözden Geçirme	Bilinçli bir medya kullanıcısı olarak medyadaki bilgiyi kullanacaksınız
Derse Geçiş	Yerleşme ve seyahat özgürlüğü nedir sorusu sorulur.

II. GELİŞTİRME

Bir önceki derste derste öğrendiğimiz resmi, ticari, uluslararası uzantı ne anlama geldiği öğrencilere sorulur. TÜİK ne anlama geldiği sorusu sorulur.

Öğrencilere Türkiye'nin hangi bölgesinde nüfusun daha fazla olduğu bilgisine ihtiyaç duyduklarında arama motorunda nasıl arama yapabileceklerinin sorusu sorulur.

Öğretmenin rehberliğinde tırnak içine alma işlemi çıkarımı yapılır.(Amaç bilgiye ulaşmada sınırlama getirme)
Öğrenciler medyada bilgiye erişimin engellenip engellenemeyeceği sorusu sorulur. Öğrencilere bilgi edinme ve haber alma haklarının olduğu çıkarımı yaptırılır.(Amaç demokratik vatandaş olarak hakkını kullanma)
Bilgiye erişimin engellendiği durumda hangi yollara başvurulacağına dair çıkarım yaptırılır (bu konu dönemin başında birey ve toplum ünitesinde öğrenilmişti. Öğrenci bilgi edinme ve haber alma hakkının olduğu bilgisine sahiptir) .(Amaç demokratik haklarını ve sorumluluklarını medya aracılığı ile kullandığını öğrenciye fark ettirmek)

Öğrencilere ülkemizde kadın nüfusunun mu erkek nüfusunun mu daha fazla olduğu hakkında bilgilerinin olup olmadığı sorusu sorulur. Böyle bir soru sorulsa bu bilgiye nasıl ulaşılacağı sınıfa sorulur.

Bu konu ile ilgili 2020 yılına ait veriler paylaşılır. Öğrencilere geçmiş tarihe ait olan bir haber gösterildiği fark ettirilir. Güncel haberleri takip etmesi gerektiği kavratılır. (Amaç güncel bilgi elde etme)

Daha sonra arama motoruna sadece erkek nüfusu yazılarak arama yaptırılır. Bunun doğru bir arama olup olmadığı sorulur. Hem erkek hem kadın nüfusu araması gerektiği çıkarımı yaptırılır. (Amaç ulaşılmak istenen bilginin kapsamına ulaşmak)

Öğrencilere medyada ülkemizin bir bölgesi ile sürekli olumsuz yayınlar yapılırsa tutumlarının ne olabileceği sorulur.

Öğrencilere böyle durumlarda aktif bir vatandaş olarak, medya okuryazarlığı çerçevesinde nasıl tepki verilmesi gerektiği çıkarımı yaptırılır. (Amaç öğrencilere medya okuryazarı bir birey olarak sorumluluğunu fark ettirmek)

E-devlet uygulamaları öğretmenin e-devlet sayfasında uygulamalı olarak görüntülenerek sayfa üzerinden ikametgâh değişikliğine ve belgesine ulaşma süreci sayfa üzerinden gösterilir.

E-devlet üzerinden Abonelik işlemleri, Belediye hizmetleri, Seçmen kâğıdı, Deprem alanında toplanma alanı, Öğrenci nakil işlemleri, Diploma sorgulama uygulamalı olarak sınıfta gösterilir.

E- devlet üzerinden sağlık üzerinden aile hekimliği randevu alma, MHRS uygulamasının ne olduğu ve randevu alma işlemleri, aşı için randevu oluşturma uygulamalı olarak gösterilir.

Tablo 4.8. (Devam) *Erişim Becerisine İlişkin Dördüncü Eylem Planı*

Öğrenciye haberlerde bugünden itibaren 5 gün sokağa çıkma yasağının olduğu söylenirse bu bilgi nerden doğrulanması gerektiği sorusu sorulur.

Öğrencilere resmi sayfanın anlamına ve bilgiye erişim haklarının kullanımına yönelik çıkarım yaptırılır.

IV. SONUÇ

Ölçme ve Değerlendirme

Dersin sonunda öğretmen buluş yolu yöntemi ile öğrencilere sorular sorar:

Öğrencilere medya üzerinden eğitim haklarının olduğu, Haber alma, bilgi alma haklarının olduğu çıkarımı yaptırılır.

Öğrencilere bilgiye ulaşma çıkarımı yaptırılır.

Bilgi alma hakkının engellenemeyeceği çıkarımı yaptırılır.

Medyada karşılaştıkları olumsuz bir durum olduğunda verdikleri tepkinin aslında sorumluluk olduğu çıkarımı yaptırılır.

E devlet üzerinden yapılan uygulamaların çıkarımı yapılır.

Alıştırma/Ödev

Sizlere ulaştırılan çalışma yaprağı etkinliğini tamamlayınız.

Erişim becerisini geliştirmeye yönelik dördüncü eylem planı ders planında belirtildiği şekilde işlenmiştir. Bu plan kapsamında bilgiye erişimde sınırlama getirme, bilgi edinme, haber alma gibi demokratik haklarını kullanma, güncel bilgi elde etme, bilginin kapsamına ulaşma, bilinçli bir birey olarak medya kullanımında sorumluluğunu fark etme, e-devlet uygulamalarından yararlanma gibi kavramlar kazandırılmaya çalışılmıştır. Öğretmen derse geçiş için bir önceki eylem planı uygulamasını hatırlanması için öğrencilere bilinçli medya okuryazarı sorusunu sormuştur. Öğrenciler “Eleştirel bakacağız, araştıracağız, ön yargılı davranmayacağız ama öylede çabuk inanmayacağız, sorgulayacağız” şeklinde cevaplar vermiştir. Öğretmen medya ürünlerinde kullanılan yöntemleri sormuş öğrenciler medyanın dili ve çekiciliği, oyuncular, sloganlar, ikna teknikleri şeklinde cevap vermişlerdir. Dördüncü eylem planı 26.03.2021 tarihinde Cuma günü saat 11.15’de video ders kayıtlarına bir bölümü şu şekilde yansımıştır:

Öğretmen: Medya okuryazarlığı deyince sizin için ne anlam ifade ediyor?

Irmak: Eleştirel bakacağız.

Murat: Araştıracağız.

Öğretmen: Araştıracağız. Harikasin!

Beren: Ön yargılı davranmayacağız ama öylede çabuk inanmayacağız.

Öğretmen: Geçen haftalarda medyanın ikna tekniklerinden bahsetmiştik. Neydi bu teknikler?

Ezgi: Medyanın çekiciliği ve dili, kullanılan dil.

Özlem: Oyuncular.

Ali: Akılda kalıcı şeyler yapıyorlar. Sloganlar.

Eylül: Hocam Şok’un reklamı var şok sana yeter. Şok, şok, şok.

Öğretmen: Dil, oyuncular ve başka? Ben burada bir tane şarkı söyledim siz peşine söylediniz.

Elif: Mutluluk denince akla, slogan

Öğretmen geçen haftanın becerisi olan farkındalık becerisini hatırlatmak amacı ile “Medya okuryazarlığı denince ne anlıyorsunuz?”, “Medyanın bizi etkilemek için ikna teknikleri nelerdir? Sorularını öğrenciler sormuş ve öğrenciler “Eleştireceğiz, araştıracağız, ön yargılı olmayacağız, etkilemek için medyanın çekiciliğini ve dilini kullanıyorlar, sloganlar ve ünlüleri kullanıyorlar” cevabını vermişlerdir. Öğretmen uzantıların tekrarı için ne anlama geldiğini sorduktan sonra öğrenciler “com, reklamlar için, ticari, kinder garden to 12 çocuklar için” cevabını vermişlerdir. Öğrenciler ile derste şu diyaloglar gerçekleşmiştir.

Öğretmen: Geçen hafta uzantıları öğrenmiştik neydi onlar?

Eda: Evet hocam. Com. Ticari.

Elif: Kinder garden to 12, çocuklar için.

Irmak: Reklamlar bir şey. Com.

Hakan: Ticari, com. vardı. Gov.tr resmi vardı. Devletin sayfası.

Öğretmen öğrencilere medya aracılığı ile bilgiye ulaşmada arama yaparken bilginin sınırlandırması yani tırnak içine alarak arama yapma ile ilgili bilgilerinin olup olmadığını sormuştur. Öğrenciler hayır cevabını vermiştir. Öğretmen arama motorunda uygulamalı göstermek için projeksiyon aracılığı ile uygulamayı yansıtarak tırnak işareti ile arama yapmıştır. Öğrenciler hayır cevabını vermiştir. Öğretmen yazdığında ise bunu bilmiyordum şeklinde cevap vermişlerdir. Öğretmen ekranı yansıtarak kelimeyi tırnak içine alarak arama yapmıştır. Öğrenciler ile derste şu diyaloglar gerçekleşmiştir.

Öğretmen: Kelimeyi tırnak içine alarak aramayı biliyormuyuz?

Irmak: Hayır

Elif: Ben bunu bilmiyordum.

Öğretmen TÜİK kelimesini tırnak içine aldığı anda ilgili sayfa çıkar açıklamasını yapmıştır. Öğrenciler örnek olarak önce sadece asus kelimesini yazmalarını istemiş daha sonrada tırnak içine almalarını istemişlerdir. Öğrenciler ile derste şu diyalog gerçekleşmiştir:

Eylül: Hocam bir tırnak içinde olan TÜİK yazın bir de tırnak içinde olmayan TÜİK yazın

Öğretmen: Tamam

Çınar: Tırnak içinde olmayan, reklam var diğerinde direk sayfa var.

Ali: Hocam bir tırnak içinde olan Asus yazın (Bilgisayarın markası) bir de olmayan Asus yazın.

Öğretmen: tamam

Ali: Asus. Direk reklam çıktı: Birde tırnak içine alın .

Öğretmen: Hemen yazıyorum.

Ali: Aa evet markanın direk sayfası çıktı.

Öğretmen öğrencilerin demokratik vatandaşlar olarak bilgi edinme ve haber alma hakkının olduğunun çıkarımını yaptırmak için öğrencilere haber alma ve bilgi edinme haklarının kısıtlanıp kısıtlanmayacağını sormuştur. Öğrenciler bazı durumlarda kısıtlanabileceğini bazı durumlarda kısıtlanmayacağını cevabını vermişlerdir. Öğretmen sonrasında güncel bilgi elde etme becerisini kazandırmak için öğrencilere “Türkiye’nin kadın nüfusu mu erkek nüfus mu fazla?” sorusunu sormuştur. Öğrenciler TÜİK verilerine bakarak öğrenebileceğini ifade etmişlerdir. Öğretmen öğrenciler arama çubuğuna arama yaptırılmıştır. Öğrenciler ile derste şu diyalog gerçekleşmiştir:

Öğretmen: Bizim haber alma hakkımız engellenebilir mi?

İrmak: Evet.

Elif: Hayır.

Boran: Engellenebilir ama yapamazlar.

Öğretmen: Niye yaparlar niye yapamazlar.

Elif: Haber alma hakkımız olduğu için.

Eda: Hayır, Hocam engelleyemezler çünkü bizim bilgi edinme hakkımız var, düşüncemizi özgürce ifade etme hakkımız var.

İrmak: Ama yalan haber olunca engelleyip sonra düzeltiyorlar. Haberi düzelme hakkına tekzip deniliyordu.

Öğretmen: Ülkemizde son sayımda kadın nüfus mu daha fazla erkek nüfus mu daha fazla nasıl öğreneceğiz?

Çınar: Hocam TÜİK sayfasına yazıp öğrenelim yazıp öğrenelim.

Öğretmen: Tamam ama arama yaparken nasıl bir arama ile yazayım?

Melek: Hocam hem erkek hem kadın nüfusunu tırnak içine alarak yazarak girin.

Öğretmen: Harikasin. Aradığımız bilginin sınırlamasını yapacağız.

Tamam, yazdım (bu esnada bir önceki yılın verileri açılır).

Gülnur: Hocam çıktı.

Öğretmen: Hangisi fazlaymış.

Ezgi: Ama hocam 2020 yazıyor.2021’e bakmamız gerekiyor.

Öğretmen: Peki ona mı bakacağız?

İrmak: Hayır Hocam. 2021 alacağız.

Deniz Su: Çıktı 2021 bir Hocam. Erkek nüfus fazla.

Öğretmen dersin konusu olan yerleşme ve seyahat özgürlüğü ile ilgili tanımları yaptıktan sonra “Ülkemizin bir bölgesi ile ilgili sürekli olumsuz yayınlar yapılırsa nasıl tutum almamız gerekiyor, böyle bir durumda demokratik haklarınızı kullanarak nasıl tepki vereceğiz?” Sorusunu sormuştur. Öğrenciler gördüğümüz her habere inanmayacağız, haberin doğruluğunu tespit edeceğiz, hemen inanmayacağız, yetkililere şikâyet edebiliriz şeklinde cevap vermişlerdir. Öğrenciler ile derste şu diyaloglar geçmiştir:

Öğretmen: Çocuklar ülkemizin bir yerleşim bölgesi ile ilgili medyada

Sürekli olumsuz yayını yapırlarsa nasıl bir tutum alırsınız?

Irmak: Hocam gördüğümüz her habere inanmayacağız

Melek: Bizi etkilemek için yapıyorlardı.

Hakan: Ama yetkililere şikâyet edeceğiz.

Öğretmen yerleşme özgürlüğü kapsamında ve ikametgâh için bir vatandaş olarak e-devletten yararlanma, abonelik, belediye hizmetleri, deprem anı için toplanma alanı, öğrenci nakil işlemleri, sağlık hizmetlerinden yararlanmayı kazandırmaya çalışmıştır. Öğretmen yerleşme ve seyahat özgürlüğünü sormuş öğrenciler yerleşme ve seyahat özgürlüğümüzün olduğunu kısıtlanamaz olduğunu fakat bazı durumlarda kısıtlana bilineceğini cevabını vermişlerdir. Öğretmen bir yere yerleştiğimizde nasıl bir yasal süreç işlendiğini ve e- devlet uygulamasının ne olduğunu, ne gibi durumlarda kullanıldığını sormuştur. Öğrenciler anne ve babasının kullandıklarını kendilerinin e-okul uygulamasını kullandıklarını söylemişlerdir. Öğrenciler ile derste şu diyaloglar gerçekleşmiştir:

Öğretmen: Bizim bir konumuz daha var Yerleşme ve seyahat özgürlüğü. Ne anlama geliyor?

Irmak: Hocam yerleşme ve seyahat özgürlüğümüz vardır ve kısıtlanamaz. Ama normalinde engelleyemezler ama önemli bir durum oldu. Virüs gibi bir durum oldu o zaman yapabiliyorlar.

Çınar: Doğal alanlara da yerleşemeyiz.

Öğretmen: Biz bir yere yerleşmek istersek ya da yer değişikliği yaparsak nasıl bir yasal süreç izleyeceğiz?

Ali: Hocam oraya yerleşmek için ikametgâh mı oluyordu, almıyordu?

Öğretmen: Harikasın! Evet, bir yere yerleştiğimizde ikametgâh alıyoruz. Ama nasıl alıyoruz, nasıl bir yasal süreci var?

Ezgi: Tapu ile

Öğretmen: Ama bunu devlete nasıl bildirirsin.

Murat: Devletten aldığımız için oraya gideriz. Devlet binasına.

Gülnur: Notere.

Emre: Tapuya falan gittiğimiz de onları hallediyoruz.

Öğretmen : Çocuklar e-devlet diye bir şey var hiç duyduk mu?. E-okulu biliyoruz.

Eda: Hocam en son annem ve babam emekliliklerine ne kadar zaman kaldı ona baktık.

Emre: Elektronik devlet

Eylül: Hocam mesela biz yeni eve geçtik oradan değiştirebiliyor muyuz?

Öğretmen: E- devlet üzerinden başka ne yapılabilir?

Irmak: E-devleti bilmiyorum ama e-okul kullanıyoruz onun gibimi?

Öğretmen erişim becerisine yönelik aktif bir vatandaş olarak e-devlet uygulamasını uygulamalı olarak kendi e-devlet uygulaması üzerinden yansıtarak göstermiştir. E-devlet için yaş sınırının 15 olduğunun bilgisi verilmiştir. Öğrenciler için işlemler ailelerinin e-devlet uygulaması üzerinden kullandıklarını ifade etmiştir. Öğretmen uygulama için şifrenin gerekli olduğunu ve bu şifrenin gizliliğinin önemini vurgulamıştır. Öğretmen bu açıklamada öğrencilerin bilginin korunmasına yönelik bilgilerinin eksik olduğunu gözlemlemiştir. Öğrenciler bilgilerimizi ne yapacaklar şeklinde cevaplar vermiştir. Öğrenciler ile aşağıdaki diyaloglar gerçekleşmiştir:

Öğretmen: Çocuklar e-devlet üzerinden işlem yaptığımızda şifrelerimizi kimseye söylemememiz gerekiyor. Şifrelerimizin kimsenin eline geçmemesi ve sık sık değiştirmemiz gerekiyor.

Atahan: Bilgilerinizi ne yapacaklar ki.

Öğretmen: Olur mu bilgilerimizi gizli tutmak çok önemli. Çocuklar T.C kimlik numaralarınızı, şifrelerinizi arkadaş vs. Kimse ile paylaşmamanız gerekiyor. Bizim haberimiz olmadan kişisel bilgilerimiz ile yasal işlemler yapıp kullanabilirler.

Öğretmen E-devlet uygulaması ile ikametgâh alımı, değişimi, diploma alma, öğrenci belgesinden yararlanma, sağlık sistemlerinden yararlanma, deprem toplanma alanını öğrenme gibi bazı bilgilere nasıl ulaşılabileceğine yönelik bilgiler verilmiştir. Öğretmen e-devlet uygulamasını ekrana yansıtarak göstermiştir. Öğrenciler “Hocam sizin oturduğunuz yeri gösteriyor, örneğin yeni eve geçtik oradan mı değiştiriyoruz” şeklinde cevaplar vermişlerdir. Öğrenciler ile aşağıdaki diyaloglar gerçekleşmiştir:

Öğretmen: Örneğin ikametgâh alacaksınız şöyle giriyorsunuz çocuklar (e-devlet sayfasına ikametgâh yazılır). Bakın nerde oturduğum çıkıyor.

Berkay: Hocam oturduğunuz adres çıktı.

Özlem: e-okul gibi notları öğrendiğimiz gibi

Öğretmen: Şu uzantıda bir vatandaş olarak nasıl kullanacağımızı yazıyor. İkametgâh adresini buradan ulaşabiliyorsunuz. Medya üzerinden vatandaşlık görevlerini yerine getirebiliyoruz. Çocuklar biz önceden ikametgâhımızı nüfus müdürlüğüne gider orada değiştirebilirdik. Şimdi ise buradan değiştirebiliyorsun ve ikametgâhını belirtiyorsun. Devlette senin nerede yaşadığını öğrenebiliyor.

Irmak: Hocam mesela biz yeni eve geçtik oradan değiştirebiliyor muyuz?

Öğretmen: Evet evet. Buradan değiştiriyorsun nüfus müdürlüğüne gitmeye gerek kalmadan.

Ama tabi aktif bir vatandaş olarak, resmi siteyi kullanarak. Yine abonelik işlemlerimizi de buradan yapabiliriz (Uygulama üzerinden gösterilir). Örneğin biz mahallesindeyiz herhangi bir deprem anında hangi alanda toplanılacak onu gösterecek bize. Şuradaki alan gösteriyor.

Deniz Su. Aaa Hocam ora evimin önü.

Öğretmen: peki hastanede randevu alacağız ine buradan başvuracağız (Uygulama üzerinden gösterilir).Peki şimdi e-devlet üzerinden hangi vatandaşlık işlemlerimizi yapabiliriz?

Beren: randevu alabiliriz, sağlık ocağına, abonelikler yapılabilir.

Deniz Su: Deprem alanlarını gösteriyormuş. Bizim evin ordaymış toplanma alanı.

Eda: ikametgâh değişimi.

Öğretmen erişim becerisi için yapılan dördüncü ders uygulamasına yönelik gözlemlerini günlüğüne yansıtmıştır. Günlüğünde etkinliğin planlanması ve uygulanması aşamalarında herhangi bir sorun yaşanmadığını ifade etmiştir. Dördüncü ders uygulamasına yönelik Öğretmenin gözlemleri günlüğüne şu şekilde yansımıştır:

Bugün erişim ile ilgili ikinci dersi yaptık. Çocukların katılımı ilgisi çok iyi idi. İki üç hafta önce işlediğimiz kavramları kavramışlar. Dersin girişinde yaptığım tekrarda tam dönüt alabildim.... (Öğretmenin günlüğü 26 Mart 2012).

4.1.2.3 Erişim becerisindeki gelişmeler

Öğrencilerin erişim becerisi algılarının nasıl geliştiğini anlamak amacıyla eylem planlarının uygulaması sonrasında öğrencilerle görüşmeler yapılmıştır. Görüşmelerin gözlem video kayıtları analiz edilmiş, öğrenci ürünleri incelenmiştir. Bu amaçla öğrencilere “Hangi medya kaynaklarından yararlanıyorsun?”, “Medya araçlarında yer alan bir bilgiye ulaşma konusunda, gerekli durumlarda içeriği sınırlandırma (filtreleme) araçlarını nasıl kullanıyorsun?”, “E-devlet, E-okul uygulamaları, belediye hizmetleri, vatandaşlık işlerimle ilgili konularda, medya araçlarını nasıl kullanıyorsun? Örnek verebilir misin?”, “Bilgiye ulaşma konusunda medyanın hangi kaynaklarını tercih ediyorsun ve neden tercih ediyorsun?”, “Bir vatandaş olarak demokratik haklarımı kullanma konusunda medya araçlarından nasıl yararlanıyorsun?”, “Bir vatandaş olarak medya araçlarından yararlanırken sorumlulukların konusunda ne düşünüyorsun?”, “Bu sorumluluklarından isteyip de yapamadıkların var mı?” soruları sorulmuştur. Bu sorular ile öğrencinin erişim becerisine yönelik gelişimi anlaşılmasına çalışılmıştır. Öğrencilerle yapılan yarı-yapılandırılmış görüşme sonrası öğrencilerin erişim becerisine yönelik görüşleri Tablo 4.9’da verilmiştir.

Tablo 4.9. Öğrencilerin Erişim Becerisinin Gelişimine Yönelik Görüşleri

Temalar	Mevcut Durum (Son Görüşmeler)	F
Yararlanılan medya kaynakları	İnternet (Google	11
	Sosyal Medya (İntagram	9
	Discord, Youtube)	
	Televizyon,	6
	Gazete	5
	Telefon, Whatsapp	5
	Ekşi sözlük	2
	Bilgisayar	2
Medya araçlarında bilgiye ulaşma ve sınırlandırma)	Tırnak içine alıyorum	17
	Resmi siteye yazıyorum	3
	Anahtar kelime yazıyorum	2
E-hizmetten yararlanma	E-Okul	18
	K12	8
	E-Devlet (Ailem kullanıyor)	5
	Hayat Eve Sığar	3
Bilgiye ulaşmada tercih edilen medya kaynakları	Resmi siteler	10
	Google	7
	İnternet	5
	Gazete (eletronik gazete)	5
	Sosyal medya (İntagram, Whatsapp)	3
	Vikipedia	1
	Telefon	1
	Medya araçlarından yararlanırken demokratik haklarını kullanma	Bilgi ediniyorum
İletişim hakkım var		5
Paylaşımlarda bulunuyorum		4
Haber alma hakkım var kullanıyorum		4
Devletin kurduğu uygulamalar ile		2
Medya araçlarından yararlanırken sorumluluklarını yerine getirme	Karşıdaki kişiye hakaret etmem	8
	Yorum yaparken üslubuna dikkat etmek	6
	Saygı çerçevesinde yorum yapmak	6
	Kişisel bilgilerimi saklarım	6
	İnsanları rahatsız etmem	6
	Karşıdakini incitmemek	5
	Küfürlü videolar paylaşmayarak	3
	Empati yapıyorum	3
Bir vatandaş olarak medya araçlarından sorumluluklarından isteyip de yapamadıkların	Eleştiriliyorum	5
	Yaşım küçük	3
	Yorum yapmam	3
	Düşüncelerimiz dikkate alınmıyor	3
	İstediğimi söylüyorum	1

Tablo 4.9’da görüldüğü gibi, eylem planları uygulama sonrası yapılan görüşmelerde öğrencilerin yararlandığı medya kaynaklarına ilişkin görüşlerine baktığımızda İnternet (Google), sosyal medya (İntagram, Discord, Youtube) televizyon, gazete, telefon, Whatsapp, ekşi sözlük, bilgisayar olarak ifade ettikleri görülmektedir. Uygulama öncesi yapılan görüşmelerde yararlanılan kaynaklara ilişkin görüşlere baktığımızda öğrenciler yaygın olarak yararlandıkları kaynakları ifade etmişlerdir. Fakat kaynakları kullanım

amaçlarına ilişkin herhangi bir açıklamada bulunmamışlardır. Uygulama sonrası öğrenci görüşlerine baktığımızda kullandıkları medya kaynaklarını ne amaçla kullandıklarına yönelik açıklamalarda buldukları görülmektedir. Öğrenciler Youtube’yi eğlence ve eğitim amaçlı kullandıklarını, Whatsapp’ı iletişim amaçlı kullandıklarını ifade etmişlerdir. Öğrencilerin yararlanan medya kaynaklarına yönelik görüşleri şöyledir:

Murat: Telefonda Whatsapp kullanıyorum, sohbet ediyorum iletişim, öğrenci olduğum için Google kullanıyorum araştırma için.

Ezgi: Youtube kullanıyorum eğlence amaçlı, interneti kullanıyorum insanlarla iletişim kuruyorum

Berkay: Youtube, Google, televizyon, Whatsapp medya kaynaklarından yararlanıyorum, iletişim için Whatsapp kullanıyorum, eğlence için Youtube kullanıyorum, araştırma için Google kullanıyorum.

Beren: Youtube kullanıyorum, ders çalışma videoları izliyorum, matematik videoları eğitim amaçlı.

Elif: Instagram kullanıyorum, eğlence amaçlı, eğitim amaçlı kullanıyorum, internette fen videoları izliyorum, Google da gazete okuyorum.

Irmak: İnterneti bakıyorum, ders kitapları, akıllı defter onlara bakıyorum. Sekizinci sınıf olduğum için çok fazla oyun oynayamıyorum. Dinlenmek için televizyon izliyorum.

Tablo 4.9’da görüldüğü gibi eylem planları uygulama sonrası yapılan görüşmelerde öğrencilerin medya araçlarında bilgiye ulaşma konusunda, gerekli durumlarda içeriği sınırlandırma (filtreleme) yönelik verdikleri cevaplara baktığımızda tırnak içine alıyorum, resmi siteye yazıyorum, anahtar kelime yazıyorum, resmi siteleri kullanıyorum olarak ifade ettikleri görülmektedir. Uygulama öncesi yapılan görüşmelerde gerekli durumlarda içeriği sınırlandırma (filtreleme) yönelik kısa cevaplar vererek açıklama yapmamışlardır. Uygulama sonrası görüşmelere baktığımızda bilgiye erişim için tırnak içine aldıklarını belirtmiş ve resmi sayfa ayırımı yaparak cevap verdikleri görülmüştür. Öğrencilerden Eylül tırnak içine alarak araştırma yapıyorum şeklinde cevap vermiştir. Öğrencilerin medya araçlarında bilgiye ulaşma konusunda, gerekli durumlarda içeriği sınırlandırma (filtreleme) yönelik görüşleri şöyledir:

Gülnur: Tırnak içine alıyorum. Sonra resmi siteye bakıyorum.

Ezgi: Spesifik kelimeler yazıyorum. Resmi sitede bakıyorum.

Beren: İlk başta resmi sitesi araştırıyorum. Sonra toplum için yararlı şeylere bakıyorum.

Deniz Su: Tırnak içine alınca daha doğru bilgiyi veriyor.

Irmak: Sınırlama yapıyorum örneğin “tdk” örneğin Türkiye Nüfusu için “TÜİK” yazıyorum.

Tablo 4.9’da görüldüğü gibi eylem planları uygulama sonrası yapılan görüşmelerde öğrencilerin E-devlet, E-okul uygulamaları, belediye hizmetleri, vatandaşlık işlerimle ilgili medya araçlarını kullanmaya yönelik verdikleri cevaplara baktığımızda e-okul, e-devlet, hayat eve sığar, ailem e-devlet kullanıyor, k12 olarak ifade ettikleri görülmektedir. Uygulama öncesi yapılan görüşmelerde vatandaşlık işlemleri ile ilgili medya araçlarını kullanmaya yönelik görüşleri e-okul, kullanmıyorum anlamadım şeklinde ifade etmişlerdir. Uygulama sonrası görüşlerine baktığımız da kullandıkları medya araçları ile birlikte yasal olarak neden kullanamadıklarını da ifade etmişlerdir. Öğrencilerin E-devlet, E-okul uygulamaları, belediye hizmetleri, vatandaşlık işlerimle ilgili medya araçlarını kullanmaya yönelik görüşleri şöyledir:

Özlem: Evet E-okuldan okul notlarımı öğreniyorum.

Gülnur: E- okul, E-devlet kullanıyoruz.

Murat: E- Devlet ailem kullanıyor. Geçen gün ailem emeklilik için E-devleti kullandılar.

Benim yaşım küçük E- devleti kullanamıyorum.

Beren: Yararlanıyorum, K12’i kullanıyorum, okul notlarım için. Sağlık randevusu için kullanıyoruz. Hayat Eve Sığar

Tablo 4.9’da görüldüğü gibi eylem planları sonrası yapılan görüşmelerde öğrencilerin bilgiye ulaşma konusunda medyanın tercih edilen kaynaklara yönelik verdikleri cevaplara baktığımızda resmi siteler, Google,internet gazete(elektronik gazete), sosyal medya (Instagram, Whatsapp), Wikipedia, telefon olarak ifade ettikleri görülmektedir. Uygulama öncesi yapılan görüşmelerde sadece uygulama olarak Google Wikipedia gibi kısa cevaplar verdikleri ve herhangi bir açıklama yapmadıkları görülmektedir. Uygulama sonrası öğrenci görüşlerine baktığımızda tercih edilen kaynakların kullanım amaçlarına ve güvenilirliğine yönelik açıklama yaptıkları görülmüştür. Öğrencilerin bilgiye ulaşma konusunda medyanın tercih edilen kaynaklara yönelik görüşleri şöyledir:

Çınar: Google, Milliyet, Hürriyet genellikle uzun süredir bu mecrada oldukları için. Atatürk zamanından beri var. Güvenilir resmi sitelere bakıyorum Yorumlar için ekşi sözlüğe, onediyor.com’a bakıyorum

Beren: Daha çok Google gazete kullanıyorum., sosyal medyadan resmi sitelere bakıyorum, daha kolay.

Gülnur: Araştırıyorum. Google da çoğunlukla ilk siteye bakıyorum sonra diğerleri ile aynı ise alıyorum,

Berkay: Araştırma ise Google bakıyorum, resmi sitelere bakıyorum.

Irmak: Televizyonlardan haberler, internet sitelerinde dergilerde bakıyorum.

Tablo 4.10’da görüldüğü gibi eylem planları uygulama sonrası yapılan görüşmelerde öğrencilerin bir vatandaş olarak demokratik haklarını kullanma, medya araçlarından yararlanmaya yönelik görüşlerine baktığımızda bilgi ediniyorum, iletişim hakkım var, paylaşımlarda bulunuyorum, haber alma hakkım var, kullanıyorum, devletin kurduğu uygulamalardan yararlanıyorum şeklinde ifade ettikleri görülmektedir. Uygulama öncesi yapılan görüşmelerde öğrencilerin kullanmıyorum, bilmiyorum, internet haberlerine bakıyorum şeklinde ifade ettikleri görülmektedir. Uygulama sonrası devletin kurduğu uygulamalar, paylaşımda bulunuyorum, haber alma hakkımı kullanıyorum, iletişim hakkım var, bilgi ediniyorum şeklinde açıklamalar yapmışlardır. Öğrencilerden Ali “Bilgi alma hakkımı kullanıyorum, iletişim hakkım var” şeklinde cevap verdikleri görülmektedir. Öğrencilerin bir vatandaş olarak demokratik haklarını kullanma konusunda medya araçlarından yararlanmaya yönelik görüşleri şöyledir:

Beren: Kullanıyorum, mesela bilgiye ihtiyaç duyduğumda, gündem oluyor onu takip ettiğimde kullanıyorum.

Elif: Hukuki yollarla yapılanları arkadaşlarımız yapıyor, onları paylaşıyoruz. Arkadaşlarımla iletişimde oluyorum

Irmak: Yararlanmadım ama hukuki olarak benim yaşım yetmiyor ama ailem yararlanıyor. Benim için.

Özlem: Demokratik haklarımı nasıl olduğunu araştırıp görebiliyorum.

Çınar: Mesela hakkım yenilirse mahkemede haksızlığa uğrarsam haklarımı araştırırım. Fişimi yanlış vermiş bunlarla ilgili bilgi alıp hakkımı ararım.

Deniz Su: Devletin kurduğu e-okul, e-devlet var. O uygulamaları kullanıyorum.

Ezgi: İmza kampanyalarına katılıyorum mesela chrome dan sanal imza gerektiği zaman kullanıyorum. Twitter da dolaşıyorum. Ama Twitt atmıyorum sadece insanlar bu konu hakkında düşünceleri ne onlara bakıyorum.

Murat: Evet evet. Video çekiyorum Mesela dersle ilgili şeylere ulaşıyorum.

Tablo 4.9’da görüldüğü gibi eylem planları uygulama sonrası yapılan görüşmelerde öğrencilerin bir vatandaş olarak medya araçlarından yararlanırken sorumluluklarına yönelik görüşlerine baktığımızda “Karşıdaki kişiye hakaret etmemek, yorum yaparken üslubuna dikkat etmek, saygı çerçevesinde yorum yapmak, kişisel bilgilerimi saklamak, insanları rahatsız etmemek, karşıdakini incitmemek, küfürlü videolar paylaşmayarak, empati yapmak” şeklinde ifade ettikleri görülmektedir. Uygulama öncesi yapılan öğrencilerin “Bilmiyorum, sorumluluğum yok” şeklinde kısa cevaplar vererek ifade ettikleri görülmektedir. Uygulama sonrası öğrenci görüşlerine baktığımızda kişisel bilgilerini koruyarak kendisine karşı sorumluluklarından, saygı çerçevesinden yorum yapma, üslubuna

dikkat ediklerini ifade ederek karşısındaki kişilere de sorumluluklarını olduklarını ifade etmişlerdir. Öğrencilerden Eda aslında hem kendimize karşı sorumluluklarımız var hem de karşımızdakine karşı şeklinde cevap vermişlerdir. Öğrencilerin bir vatandaş olarak medya araçlarından yararlanırken sorumluluklarına yönelik görüşleri şöyledir:

Irmak: Kendi bilgilerimizi sağlamak yani kişisel bilgilerimizi korumak, insanları rahatsız etmemek.

Çınar: Empati kuruyorum sadece kendimi düşünmüyorum. Adaletli davranmaya çalışıyorum

Elif: Medyada hukuki hakkımızı aramak, Karşıdaki kişiye zarar vermeden içitmeden daha sorumluklarımız var.

Deniz Su: Mesela küfrediyorlar, videolar paylaşıyorlar, onları kıracak şekilde cümleler kurmamalıyız.

Murat: Genellikle hep birbirine saldırıyorlar. Bunun yanlış olduğunu düşünüyorum.

Gülnur: Kullandığım üsluba dikkat ederek kalbini kırmam.

Çiğdem: Saygı çerçevesinde olması lazım tabi ki istediğimizi söyleme hakkımız var ama karşıdaki kişiye hakaret etmeden

Tablo 4.9’da görüldüğü gibi eylem planları uygulama sonrası yapılan görüşmelerde öğrencilerin bir vatandaş olarak medya araçlarından sorumluluklarından isteyip de yapamadıklarına yönelik cevaplara baktığımızda eleştiriliyor, yaşım küçük, yorum yapmam, düşüncelerimiz dikkate alınmıyor, istediğimi söylüyorum şeklinde ifade ettikleri görülmektedir. Uygulama öncesi yapılan görüşmelerde öğrenci görüşlerine baktığımızda bilmiyorum, sorumluluklarım yok, Whatsapp kullanıyorum şeklinde cevap verdikleri görülmektedir. Uygulama sonrası görüşmelere baktığımızda uzun cevaplar vererek açıklamalarda buldukları görülmüştür. Öğrencilerin bir vatandaş olarak medya araçlarından sorumluluklarından isteyip de yapamadıklarına yönelik görüşleri şöyledir:

Irmak: Sorumluluklarım var yapmak istesem de yaşım küçük ama.

Çınar: Rusya Ukrayna savaşı var sadece yorum olarak yazılıyor. Bunlar değerlendirmeye alınmıyor. Kendi düşüncelerimi hayata geçiremiyorum bu benim zararına oluyor.

Ezgi: ...’a .eleştirel bir şey söylüyorsun yorumlarda Silivri muhabbeti geçiyor. Bu da beni sınırlandırıyor.

Murat: Bir şey söylüyorsun saldırıyorlar.

Ali: Çok yorum yapmıyorum, eleştiri alma ihtimal olduğu için yorum yapmıyorum.

Öğretmen öğrenciler ile mevcut durumu belirlemek için yaptığı ön görüşmelerde öğrenciler kısa cevaplar vererek, bilmiyorum, anlamadım şeklinde görüşlerini ifade ederken, yapılan son görüşmelerde öğrenciler sorulan sorularda uzun açıklama yaparak, sayfalar ile ilgili ayrımlara yaparak açıklama yaptığı görülmektedir.

sayımı sonucunda vatandaşların eğitim düzeyi, cinsiyet, yaşlılık oranı, yerleşimde kırsal veya kentin tercih edilme nedenine göre ayırım yaparak bilgilere ulaşmaya çalıştıklarını ifade etmişlerdir. Bu durum öğrencilerin erişim becerisinde amaçları doğrultusunda bilgiye erişim, güncel, doğruluk ve doğrulanabilirlik, güvenilir bilgi, bütünlük gibi erişim becerisinde gelişmelerin yaşandığını göstermektedir.

Erişim becerisi için dördüncü eylem planı uygulamasından sonra çevrim içi olarak öğrencilere çalışma yaprakları gönderilmiştir. Çalışma yaprakları öğrencinin bir vatandaş olarak medya kaynaklarından yararlanma, uzantıların anlamlarına göre kullanma şeklinde erişim becerisine yönelik etkinlikleri kapsıyordu. Erişim becerisi için dördüncü eylem planına yönelik öğrencilere çevrim içi olarak gönderilen etkinliklerin Görselleri 4.5’de verilmiştir.

ERİŞİM BECERİSİ İÇİN ÇALIŞMA YAPRAĞI

ADI:

SOYAD:

SOSYAL BİLİMLER DERSİNDE ÖĞRETMEN AŞAĞIDAKİ SORUYU ÖĞRENCİLERİNE SORMUŞTUR. ÖĞRENCİLERİN VEREBİLECEĞİ CEVAPLARI BOŞ BALONCUĞA YAZINIZ.



Aşağıdaki Diyaloglarda boş bırakılan ve yanlış ifade edilen yerlere doğru gelecek şekilde doldurunuz.

Barkan : Dün annem Türkiye'nin nüfusu 80 milyon olduğunu söyledi. Annem " Hayı Türkiye'nin nüfusu 80 milyon değil" dedim. Annem Google'dan arama yaptık. İlk çıkan bilgiyi gösterdi. Gösterdiği bilgi hem "doğru"..... değil! hem de ...eşit". Değildi.
bir bilgi

Çınar : Anneme doğru bilgiye ulaşmak için TÜİK yani Türkiye İstatistik Kurumuna bakmasını.....söyl eyebilirdik.

Aşağıdaki Diyaloglarda Boş Bırakılan Yerlere Uygun Olan Diyalog İle Cevaplayınız.



Elif : Bugün yeni bir iş başvurusunda bulundum benden diplomamı ve ikametgah adresini iki saat içerisinde bırakmamı istediler şimdi onları teslim edeceğim.

Ali: Eyvah!! İki saat içerisinde istenilen belgeleri nasıl yetiştireceksin. Nüfus müdürlüğü çok uzak, diploma evde ev uzak.

Elif: Panik olma İzem. Eve de gitmeme gerek yok nüfus müdürlüğüne de e-devlet üzerinden ikametgah adresinize ve diplomalarınıza rahatça ulaşabilirsiniz.....

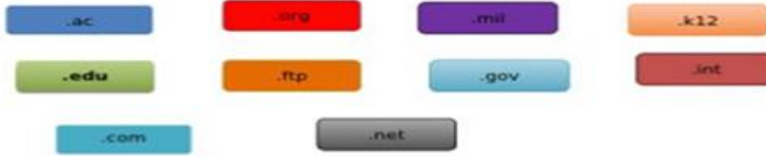
Görsel 4.5. Erişim Becerisi Etkinlik Örnekleri



Aşağıdaki paragrafta boş bırakılan yerleri uygun kelimelerle doldurunuz.

Demokratik ülkelerde bireylerin Dünyadaki gelişmeleri takip edebilmeleri için medyadan bilgi.....edinme ve öğrenme.....hakkı vardır ve bunlara sınırlama getirilemez. Medyada haber alma..... vardır. Biz istemediğimiz sürece kimse bizim hayatımızla ilgili bir paylaşmada bulunamaz. Bu hakka bireylerin bilgi edinme hakkı vardır.

AŞAĞIDAKİ KUTUCUKLARI RENKLERİNE GÖRE YERLEŞTİRİNİZ VE UZANTILARIN ANLAMLARINI YAZINIZ.



KISALTMALAR	UZANTILARIN ANLAMLARI
.com	Ticareti kuruluşlarda
.mil	Askeri kurum ve kuruluşlarda
.edu	Eğitim ile ilgili kurum ve kuruluşlarda
.k12	Anasınıfından Üniversiteye kadar olan eğitim kurumları (kindergarden to 12)
.org	Sivil toplum örgütleri
.net	İletişim ağları ile ilgili kurum kuruluşlara
.ftp	Arşiv sitesi
.gov	Devlet işleri ile ilgili kuruluşlar
.ac	Akademik kuruluşlar
.int	Uluslararası organizasyon kuruluşları

Görsel 4.5. (Devam) Erişim Becerisi Etkinlik Örnekleri

Görsel 4.'5'de öğrencilerin erişim becerisi için yapmış oldukları araştırmalarda hangi amaçla medyada erişim sağladıklarına, sağladıkları bilgilerin doğru ve güvenilir bilgi olmasına dikkat etiklerini ifade etmişlerdir. Erişimde uzantıların ne anlama geldiğine, bir vatandaş olarak e-devlet ve benzeri uygulamalardan yararlanabileceğine, bilgi edinme ve doğru haber alma haklarının olduğunu çalışma yapraklarına yansıtılmışlardır. Bu durum öğrencilerde amaca uygun erişim sağlama, vatandaş olarak erişim de demokratik haklarını kullanma gibi erişim becerisinde gelişmelerin olduğu görülmektedir.

Sonuç olarak öğrencilerin erişim becerisindeki amaca uygun, doğru ve doğrulanabilir bilgiye ulaşma, güncel bilgiye ulaşma, güvenilirlik ölçütü, içeriğin kapsamına yönelik eksiklikler eylem planları ile amaç, içerik, güvenilirlik ve doğruluk boyutlarında geliştirilmiştir.

4.1.3. Analiz ve Değerlendirme Becerisi

Öğrencilerin medya okuryazarlığı becerisinin alt becerisi olan Analiz ve Değerlendirme Becerisine Yönelik Bulgular, Öğrencilerin Analiz ve Değerlendirme Becerisi Mevcut Durum, Analiz ve Değerlendirme Becerisi Eylem Planları ve Öğrencilerin Analiz ve Değerlendirme Becerisindeki Gelişmeler başlıklarında verilmiştir.

4.1.3.1. Öğrencilerin analiz ve değerlendirme becerisi mevcut durum

Öğrencilerin analiz ve değerlendirme becerisini geliştirmek için uygulama öncesi mevcut durum ve eksiklikleri ön görüşmeler ile belirlenmiştir. Bu amaçla öğrencilere “Bir konu hakkında ihtiyaç duyduğun bilgi türünü (haber, veri, görüntü, istatistik, makale, görüş vb.) içeren medya kaynağının doğruluğuna nasıl karar veriyorsun?”, “Bir medya ürünü ile karşılaştığında neler dikkatini çekiyor?”, “Bir medya ürünü ile karşılaştığında neler düşünüyorsun?”, “Bir medya mesajının amacını nasıl anlıyorsun? Örnek verebilir misin?”, “Bir medya ürününü ile karşılaştığında nasıl yorumluyorsun?”, “Senin üzerinde etki bırakan bir medya mesaj oldu mu? Bundan nasıl ekilendin örnek verebilir misin?”, “Bir konudaki bakış açını ciddi olarak değiştiren farklı bir medya mesajı oldu mu? Örnek verebilir misin?”, “Medyada aldığın mesajlar kararlarını nasıl etkiliyor? Örnek vererek açıklayabilir misin?”, “Aynı mesajı farklı medyalarda (TV, Radyo, İnternet vb) görmen sen de farklı etkiler oluşturuyor mu?”, soruları sorulmuştur. Bu sorular ile öğrencinin analiz ve değerlendirme becerisine yönelik mevcut durumu anlaşılmasına çalışılmıştır. Öğrencilerle yapılan yarı-yapılandırılmış görüşme sonrası öğrencilerin analiz ve değerlendirme becerisi konusundaki görüşleri Tablo 4’10’da verilmiştir.

Tablo 4.10. Öğrencilerin Analiz ve Değerlendirme Becerisine İlişkin Görüşleri (Mevcut durum)

Temalar	Mevcut Durum (Ön Görüşmeler)	f
Medyada erişilen bilginin doğruluğuna karar verme	Farklı sitelerde araştırırım	10
	Google ve Vikipedi de araştırırım	8
	Yorumlara bakarım	2
Karşılaşılan medya ürünlerinde dikkatini çeken nokta	Bilmiyorum	11
	Yorumlara bakıyorum	7
	Sahte olup olmadığına bakıyorum	1
	Soruyorum	1
	Fiyatına bakıyorum	1
Medya ürünü ile karşılaştığındaki düşünceler	Bilmiyorum	10
	Yorumlara bakıyorum	3
	Farklı sitelere bakıyorum	2
	Bir şey düşünmüyorum	1
	Sahte olup olmadığına bakıyorum	1
	Soruyorum	1
	Fiyatına bakıyorum	1
Medya mesajının amacını anlama	Bilmiyorum	8
	Doğru bilgi vermesine	3
	Farklı kaynaklara bakıyorum	2
	Okuyorum	1
	Aileme soruyorum	1
Etki bırakan medya mesajı	İyi mi kötümü diye bakarım	1
	Oldu	9
	Olmadı	8
	Olumsuz etkiledi	3
	İyi hissettirdi	3
	Haber aldım	1
	Artı 18 mesajları	1
Bakış açını değiştiren medya mesajı	Oldu	12
	Olmadı	6
	Duyarlılık oluştu	4
	İyi hissettirdi	1
Medyada aldığım mesajlarının kararlarını etkilemesi	Etkiliyor	4
	Etkilemiyor	3
	Bilmiyorum	3
	Olumluda olumsuzda etkiliyor	2
Aynı mesajı farklı medyalarda görmenin etkileri	Etkilemiyor	11
	Evet	4
	Belki	1
	Gördüğüm görüntüler	1

Tablo 4.10’da görüldüğü gibi eylem planları uygulaması öncesi yapılan ön görüşmelerde öğrencilerin sorulara daha çok kısa yanıtlar vermiş açıklama yapamamışlardır. Öğrencilerin uygulama öncesi medyada erişilen bilginin doğruluğuna karar verme ilişkin görüşlerine baktığımızda, “Farklı sitelerde araştırırım, Google ve Vikipedi de araştırırım, yorumlara bakarım” olarak ifade ettikleri görülmektedir. Tablo 4.10’da görüldüğü gibi öğrencilerin uygulama öncesi medyada erişilen bilginin doğruluğuna karar verme sürecinde resmi, ticari gibi ve uzantıların anlamlarına yönelik sayfa ayrımı yapmadıkları

görülmektedir. Öğrencilerin medyada erişilen bilginin doğruluğuna karar vermeye yönelik görüşleri şöyledir:

Emre: Daha çok sitelere bakıyorum, farklı çıkarsa en çok görüşü alıyorum.

Yusuf: Birkaç tane siteye bakıyorum, karşılaştırıyorum.

Çiğdem: Google'dan ve Youtube dan yorumlara bakıyorum.

Eylül: Google'dan araştırıyorum, çevremdekilere soruyorum.

Melek: Vikipe di ve Google'den bakıp araştırıyorum.

Özlem: İnternette, Google'dan araştırıyorum.

Tablo 4.10'da görüldüğü gibi eylem planları uygulaması öncesi yapılan ön görüşmelerde öğrenciler medya ürünü ile karşılaştığında dikkatini çektiği noktalara ilişkin verilen yanıtlara baktığımızda “Bilmiyorum, yorumlara bakıyorum, sahte olup olmadığına bakıyorum, soruyorum, fiyatına bakıyorum” şeklinde ifade ettikleri görülmektedir. Tablo 4.10'da görüldüğü gibi, öğrencilerin medya ürünü ile karşılaştığında dikkatini neler çektiğine ilişkin soruya yarısından fazlası bilmiyorum yanıtını vermişlerdir. Öğrenciler medya ürünü olarak internet üzerinden ticari amaçlı satılan ürünler olarak algıladıkları görülmektedir. Öğrencilerin medya ürünü ile karşılaştığında dikkatini çeken noktaya yönelik görüşleri şöyledir:

Hakan: Bilmiyorum.

Elif: Yorumlara bakıyorum, İnternette Bütçe olarak abartıyorlar, aldığım olmadı.

Ali: Bilmiyorum, yorum yok.

İrmak: Doğru bir ürün ise, yazılardaki etkileyciliği

Çiğdem: Kalitesini, fiyatı ve yorumlarına bakıyorum.

Yusuf: Özelliklerine, yapısına bakardım

Tablo 4.10'da görüldüğü gibi eylem planları uygulaması öncesi yapılan ön görüşmelerde öğrenciler medya ürünü ile karşılaştığında neler düşündüğüne ilişkin verilen yanıtlara baktığımızda “Bilmiyorum, yorumlara bakıyorum, farklı sitelere bakıyorum, bir şey düşünmüyorum, sahte olup olmadığına bakıyorum, soruyorum, fiyatına bakıyorum” şeklinde ifade ettikleri görülmektedir. Tablo 4.10'da görüldüğü gibi öğrencilerin yarısı sorulan soruya bilmiyorum şeklinde ifade etmişlerdir. Öğrencilerin medya ürünü ile karşılaştığında neler düşünüyorsun sorusuna yönelik görüşleri şöyledir:

Özlem: Yorumlara bakıyorum, ne kadar kullanılabilir, işe yarıyor mu?

Hakan: Düşünmüyorum

İrmak: Bilmiyorum, internette güvenmiyorum.

Ali: Cevap yok

Eylül: Bir şey düşünmüyorum.

Tablo 4.10’da görüldüğü gibi eylem planları uygulaması öncesi yapılan ön görüşmelerde öğrenciler medya mesajının amacını anlamaya yönelik verilen yanıtlara baktığımızda “Bilmiyorum, doğru bilgi vermesine, farklı kaynaklara bakıyorum, okuyorum, aileme soruyorum, iyi mi kötümü diye bakarım” şeklinde ifade ettikleri görülmektedir. Tablo 4.10’da görüldüğü gibi öğrencilerin medya ürününün amacını nasıl anlıyorsun sorusuna çoğunluğun “bilmiyorum” şeklinde bir önceki cevapları tekrar ettikleri ve sorunun ne anlama geldiğini tam olarak bilmedikleri görülmektedir. Örneğin öğrencilerden Çiğdem “Söylemek istediği şey hakkında değinmek istediği konuyu detay veriyor mu? Öyle anlarım” şeklinde ifade etmiştir. Öğrencilerin medya mesajının amacını anlamaya yönelik görüşleri şöyledir:

Hakan: Doğru bilgi vermesine.

Ezgi: Bilmiyorum, fikrim yok.

Elif: Bilgilendirme oluyor, doğru yolla oluyor, kurdukları cümlelere bakıyorum.

Melek: İçinde çoğu kez bahsediyor öyle anlarım, ana konusuna bakarım.

Eda: aileme sorarım, ailemle televizyon izlediğimde sorarım.

Tablo 4.10’da görüldüğü gibi eylem planları uygulaması öncesi yapılan ön görüşmelerde öğrenciler üzerinde etki bırakan bir medya mesajı oldu mu? Bundan nasıl ekilendin örnek verebilir misin? Sorusuna “Oldu, olmadı, olumsuz etkiledi, iyi hissettirdi, haber aldım, artı 18 mesajları” şeklinde ifade ettikleri görülmektedir. Tablo 4. 10’da görüldüğü gibi öğrenciler”, “Üzerinde etki bırakan medya mesajı oldu mu? Örnek verir misin? Sorusuna çok kısa cevaplar vererek açıklamada bulunmamışlardır. Öğrencilerin üzerinde etki bırakan bir mesajını anlamaya yönelik görüşleri şöyledir:

Elif: Şu ana kadar olmadı.

Ezgi: Oldu, iyi hissettirdi.

Hakan: Hatırlamıyorum.

Özlem: Oldu. Okul açılıp kapanış haberleri aldım.

Murat: Olumsuz etkiledi, kadına şiddet haberleri aldım.

Eda: Olmadı.

Berkay: Olmadı.

Eylül: Oldu, Google’dan artı on sekiz mesaj geldi. Bir daha açıldı, bir daha açıldı.

Tablo 4.10’da görüldüğü gibi eylem planları uygulaması öncesi yapılan ön görüşmelerde öğrencilerin bir konudaki bakış açını ciddi olarak değiştiren farklı bir medya

mesajı oldu mu, örnek verebilir misin sorusuna oldu, olmadı, duyarlılık oluştu, iyi hissettirdi şeklinde ifade ettikleri görülmektedir. Tablo 4.10’da görüldüğü gibi öğrencilerin bir konudaki bakış açını ciddi olarak değiştiren farklı bir medya mesajı oldu mu, örnek verebilir misin sorusuna çok kısa cevaplar verdikleri, örnek vermedikleri görülmektedir. Öğrencilerin bir konudaki bakış açını ciddi olarak değiştiren farklı bir medya mesajı oldu mu, örnek verebilir misin sorusuna yönelik görüşleri şöyledir:

Asya: Olmadı.

İrmak: Oldu, kitaplar, örneğin, savaşlar, kazanmak falan.

Ali: Olmadı.

Çiğdem: İnsanların paylaştıklarını görünce görüş açım değişti

Eylül: Oldu, hayvan severler ile ilgili, duyarlılık oluştu.

Melek: Hiç olmadı.

Tablo 4.10’da görüldüğü gibi eylem planları uygulaması öncesi yapılan ön görüşmelerde öğrencilerin “Medyada aldığın mesajlar kararlarını nasıl etkiliyor, örnek vererek açıklayabilir misin? sorusuna “Etkiliyor, etkilemiyor, bilmiyorum” olumlu da olumsuz da oldu şeklinde ifade ettikleri görülmektedir. Öğrencilerin açıklama yapmadıkları görülmektedir. Öğrencilerin medyada aldığın mesajlar kararlarını nasıl etkiliyor, örnek vererek açıklayabilir misin sorusuna yönelik görüşleri şöyledir:

Emre: Etkilemiyor.

Berkay: Etkiliyor.

Ezgi: Etkilemiyor.

Elif: Bilmiyorum.

İrmak: Olumlu da etkiliyor, olumsuzda.

Çiğdem: Etkiliyor, okulla ilgili, ders çalışma ile ilgili.

Eylül: Yanlış olsa bile yine de etkilenebiliyorum.

Tablo 4.10’da görüldüğü gibi eylem planları uygulaması öncesi yapılan ön görüşmelerde öğrencilerin aynı mesajı farklı medyalarda görmenin etkilerine ilişkin görüşlerine baktığımızda “Etkilemiyor, evet, belki, gördüğüm görüntüler” şeklinde ifade ettikleri görülmektedir. Tablo 4,10’da görüldüğü gibi öğrenciler aynı mesajı farklı medyalarda görmenin etkilerine ilişkin etkiliyor, evet şeklinde çok kısa cevaplar vermişler ve açıklama yapmamışlardır. Öğrencilerin aynı mesajı farklı medyalarda görmenin etkilerine yönelik görüşleri şöyledir:

Eda: Aynı zaten etki bırakmaz.

Atahan: Hayır.

Melek: Belki.

Emre: Evet, gerçek olduğunda bazen inanıyorum.

Çiğdem: Bilmiyorum ya da etkilemiyor.

Eylem uygulaması öncesi mevcut durumu tespit etmek amacıyla yapılan ön görüşmelerde öğrencilerin medya okuryazarlığının alt becerisi olan analiz ve değerlendirme becerisine yönelik görüşlerine baktığımızda sorulan sorulara çok kısa cevaplar verdikleri, açıklama yapmadıkları ve “Bilmiyorum” şeklinde görüşlerini ifade etmişlerdir. Analiz ve değerlendirme becerisi öğrencilerde medya mesajına eleştirel bakma, medya mesajının etkisinin sonuçlarının farkında olma, içerikleri amaçları doğrultusunda kullanma, kullanılan dilin, görsellerin, fotoğrafların farkına varmasını gerektiren bir beceridir. Bu beceride öğrenciler medya mesajlarında bireylerin üstünde etkisini artırmak için kullanılan propaganda ve ikna tekniklerinin farkına varma, kaynak sorgulama, birinci ve ikinci elden kaynak kullanma, gerçek ve görüşü ayırt etme gibi kavramlara sahip olmaları gerekmektedir. Yapılan görüşmelerde bu beceriye ilişkin öğrenciler “bilmiyorum” şeklinde görüş bildirmişlerdir. Bu durum öğrencilerin analiz ve değerlendirme becerisinde eksiklerin olduğunu ve geliştirilmesi gerektiğini ortaya koymuştur.

4.1.3.2. Analiz ve değerlendirme becerisi eylem planları

Analiz ve değerlendirme becerisine yönelik mevcut durum belirleme çalışmaları sonucunda öğrencilerin analiz ve değerlendirme becerisini geliştirmeye ihtiyacın olduğu ortaya çıkmıştır. Beceriye geliştirmek amacı ile “Bilginin korunması, yaygınlaştırılması ve aktarılmasında değişim ve sürekliliği inceler.” kazanımına yönelik ders planı hazırlanarak uzman görüşüne sunulmuştur. Uzmanların görüşleri doğrultusunda 20.04.2021 tarihinde ders planı uygulanmıştır. Ders planında “Kil Tabletlerden Akıllı Tabletlere” konusu üzerinden analiz ve değerlendirme becerisini geliştirmeye yönelik eleştirel düşünme, karar verme, araştırma yapma, birinci elden kaynak, ikinci elden kaynak kavramları üzerinde durulmuştur. Bu bağlamda planın uygulama sonrasında öğrencilere bireysel olarak Google Classroom üzerinden uzman görüşü alınarak çalışma kâğıtları oluşturulmuş ve uygulanmıştır. Uzman görüşü alınarak beşinci eylem planı 20.04.2021 tarihinde çevrim içi (online) olarak uygulanmıştır. Uygulanan beşinci eylem planı Tablo 4.11’de gösterilmiştir. Analiz ve değerlendirme becerisini geliştirmeye yönelik beşinci eylem planı Tablo 4.11’de gösterilmiştir.

Tablo 4.11. Analiz ve Değerlendirme Becerisine İlişkin Beşinci Eylem Planı

Dersin adı	Sosyal Bilgiler
Sınıf	7B
Süre	30+30
Öğrenme Alanı	Bilim, Teknoloji ve Toplum
Konu	Kil Tabletlerden Akıllı Tabletler
Kazanımları	SB.7.4.1. Bilginin korunması, yaygınlaştırılması ve aktarılmasında değişim ve sürekliliği inceler.
Yöntem ve Teknikler	Sunuş yolu, Buluş Yolu, Anlatım tekniği, Soru- cevap yöntemi,
I.GİRİŞ	
Dikkati Çekme	Medyanın Pinokyoları görseli gösterilir. Bu resimde ne anlıyorsunuz? Sorusu sorulur.
Güdüleme	Bu dersle medya mesajının kalitesini, doğruluğunu, bakış açısını analiz edeceğiz. Eleştirel düşünmeyi, medya mesajının toplum üzerindeki potansiyel etkisini ve sonucunu değerlendirmeyi öğreneceksiniz.
Gözden Geçirme	Bu dersimizde doğru haber ve haber doğrulatma medya mesajlarını analiz edeceğiz.
Derse Geçiş	Öğretmen biliyorsunuz son dönemlerde tüm Dünya'nın yaşadığı bir sağlık sorunu var. Bununla ilgili nerelerden bilgi edineceğiz? Sorusunu sorar.

II. GELİŞME

Sağlıkla veya başka herhangi bir konu ile ilgili olabilir, edindiğimiz bu haberlerin tamamı doğru mudur? Sorusunu sorar.

Edindiğimiz haberlerin doğruluğunu nasıl öğrenebileceğiz?

Cevaplar verildikten sonra bu derste aktif bir vatandaş olarak medya okuryazarlığı becerisini kullanarak iki haberin doğruluğunu nasıl analiz edeceğimizi öğreneceğiz.

Haberlerler doğrulatmayı iki örnek üzerinden karşılaştırma yaparak öğreneceğiz.

Korona ile ilgili medyada hangi haberleri edindiniz? Sorusu sorulur.

Öğretmenin yönlendirmesi ile çocuklara en son aşu haberlerine yönelik edindikleri bilgiler sorulur.

Çocuklara geçen hafta yayınlanan bir haberde aşuların geldiği ama aşuların boşa gittiğine yönelik haberin çıktığını bu konu hakkında bilgilerinin olup olmadığını sorusu sorulur.

Öğretmen bu konu ile ilgili bir öğrenciye paylaşım yetkisi verir ve öğrenciden arama çubuğuna "Aşular Boşa mı gitti" diye yazmasını ister.

Öğrenciye haberin içeriğini okutur.

Öğretmen öğrencilere bu haberin doğru olup olmayacağını sorar?

Öğretmen o halde bu haberin doğruluğunu nasıl öğreneceğiz? Sorusunu sorar.

Öğretmen haber sitelerinin doğruluğunu tespit eden bazı sitelerin olduğunu söyler. Bunlardan biri teyid.org diğeri de doğrula.org. olduğunu söyler.

Tablo 4.11. (Devam) Analiz ve Değerlendirme Becerisine İlişkin Beşinci Eylem Planı

Öğretmen geçen hafta org. Uzantısının anlamını öğrendiklerini ve bunun ne anlama geldiğini sorar ve öğrenciye kar amacı gütmeyen sivil toplum kuruluşların uzantısı olduğu açıklamasını yaptırır.

Öğretmen şimdi az önce arkadaşınızın okumuş olduğu “aşılar boşa mı gidiyor” haberinin doğruluğunu öğreneceğiz diye söyler.

Bir öğrenciye paylaşım yetkisi verir.

Öğrenciye doğrula.org uzantısını ile arama yapmasını söyler.

Öğrenciye <https://www.dogrula.org/kulaktan-kulaga-asilar-nasil-cop-oldu/> açmasını ister.

Her öğrenciye sırasıyla bir paragraf gelecek şekilde haberin detayını okutur.

Haber esnasında açıklama yapan profesörün attığı Twitten bahsetmiştir. Bu arada öğretmen öğrenciye paylaşımı durdurur. Öğretmen profesörün Twitirini açar ve haberin yanlışlığına ilişkin attığı Twiti öğrenciye okutur. Birincil kaynaktan bilgi alındığını söyler.

Öğretmen I. Kaynak ve II. Kaynak kullanımından bahseder. Bunun haberin doğruluğu için önemini öğrenciye çıkarımını yaptırır.

Daha önce paylaşım yetkisi verdiği öğrenciye tekrar paylaşmasını ister. Öğrenciler kaldığı yerden haberi okumaya devam eder.

Haberin sonunda nasıl haberin yalanlandığı çıkarımını yaptırılır.

Öğrencilere gerçek haber le yalan haber çıkarımını yaptırılır.

Öğretmen aynı işlemi teyit.org da da yapılabileceğini söyler.

Bir başka öğrenciye de teyit.org bu uzantısını aramasını söyler

Bu sayfa incelenir. Vakit kalırsa bir haberde burada incelenir.

III. SONUÇ

Ölçme ve Değerlendirme

Dersin sonunda öğretmen buluş yolu yöntemi ile öğrencilere sorular sorarak:

Haberlerin doğruluğuna nasıl bakılacağını çıkarımını yaptırır.

Alıştırma/Ödev

Sizlere gönderilen çalışma yaprağı önergesi çerçevesinde 1 tane doğrulanmış haber yazınız

Ders planda belirtildiği şekilde işlenmiştir. Bu plan kapsamında analiz ve değerlendirme becerisini geliştirmek için gerekli olan eleştirel düşünme, karar verme, araştırma yapma, birinci elden kaynak, ikinci elden kaynak gibi temel kavramlar ve ilkeler kazandırılmaya çalışılmıştır. İlk olarak ders planında belirtildiği şekilde görsel paylaşılmıştır. Hazırlanan görsel paylaşılır. Görsel ile beraber sorulan medyanın pinokyoları sorusunun ne anlama geldiği öğrencilere sorulmuştur. Öğrencilerden Eylül “Medyada yalan söyleyen insanlar cevabını vermiş ve öğrencilerin görselden yararlanarak derse dikkat

çekilmesi amaçlanmıştır. Beşinci eylem planı 20.04.2021 tarihinde Cuma günü saat 11.15’de video ders kayıtlarına bir bölümü şu şekilde yansımıştır:

Öğretmen : (görsel paylaşarak) Medyanın pinokyoları soruyu görüyor musunuz? Görsel için ne söyleyebiliriz.

Ali: Hocam Medyanın pinokyoları, biri burnu ile layk atıyor.

Elif: Hocam sanki adam biraz yalan söylüyor ama adam hani .

Ali: Mesela ben 36 yaşındayım falan filan gibi gösterip aslında 10 yaşında gibi bir şey.

Öğretmen: Medyanın pinokyoları derken ne söylemiş olabilir?

Eylül: Medyada yalan söyleyen insanlar.

Nehir: Mesela şu olabilir bir şey satacağsın ama hani diyorsun bu şu kadar tl ama aslında daha pahalısı. Adam alıyor ama daha pahalısını öyle bir şey mi?

Eda: Dolandırıcılar gibi mi hocam?

Ali: Mesela hocam klavye bebeliği gibi.

Çınar: Klavye erkekliği.

Eylül: Klavye delikanlılığı.

Ali: Hocam mesela daha dokuz yaşındalar bir sürü küfür öğrenmişler artistik yapıyorlar, klavye başında yazıyorlar Hocam böyle bunlar her şeyi yazıyorlar falan. Sonra biz görüntülü arayacağız falan dediğimizde yani hadi konuşalım diyor Diskorta gel diyor. Biz aradığımızda sonra da açmıyor.

Çınar: Hocam yalan söylüyor.

Ali: Hocam olduğundan çocuk.

Elif: Medya ya yalan mı söylüyorlar Hocam?

Eylül: Mesela medya da yanlış bilgi aktarımı, yani medya ya yalan bilgi söylüyor yalan bilgi aktarıyor.

Ezgi: Mesela hocam biri diyor ki benim yaşım otuz ama normalinde 20 yaşında.

Elif: Mesela birini gizli bir numaradan arayıp sesini değiştirmesi.

Öğretmen: Çocuklarım bu dersimizde dersin başında sorduğumuz sorumuzun cevabını bulmaya çalışacağız.

Öğretmenin sorduğu soru ile bazı öğrencilerin “Medyada yalan mı söylüyorlar?” gibi sorular sormuş, diğer öğrenciler ise medyada bireylerin farklı bir kimlikte kendini gösterdikleri ve kendilerini farklı yansıttıklarını söylemişlerdir. Öğretmen öğrencilerin haber edindiği araçları, edindiği haberin doğruluğunu ve aynı haberin farklı kanallarda farklı şekillerde sunulduğunun farkına varmasını sağlamaya çalışmıştır. Bunun farkındalığını sağlamak için son zamanlarda en çok edindikleri haberin ne olduğunu öğrencilere sormuştur. Öğretmeninde yönlendirmesi ile öğrencilerden Murat en çok korona virüs ile ilgili haber aldığını ifade etmiştir. Verilen cevaplar kayıtlara şu şekilde yansımıştır:

Öğretmen: Son zamanlarda en çok ne ile ilgili haber ediniyorsunuz?

Murat: Korona virtüs Hocam.

Çiğdem: Krona ile ilgili Hocam

Öğretmen: Peki hangi araçla bilgi ediniyorsunuz.

Ezgi: Telefon, televizyon, radyoda olabilir ama o çok eskide kaldı.

Emre: Hocam gazete olabilir mi?

Ezgi: Ona çok baktıklarını sanmıyorum ama internet gazeteciliği var.

Öğretmen: Peki edindiğimiz haberler sizce tamamı doğru mu?

Eda: Doğru değil Hocam.

Hakan: doğru değil.

Öğretmen: Çocuklar son zamanda sağlıkla ilgili edindiğimiz haberlerin doğruluğuna nasıl karar vereceğiz? Sizce edindiğimiz haberlerin tamamı doğru mudur?

Eda: Hocam haberin güncelliğine ve resmi açıklamasına bakmamız lazım. Doğru siteye yani

Öğretmen: Bunun doğru site olduğunu nasıl öğreneceğiz? Bu haberlerin doğruluğuna nasıl karar vereceğiz.

Beren: Hocam direk sağlık bakanlığına bakarak elde edebiliriz.

Öğretmenin sorduğu sorularda öğrencilerin erişim becerisini kapsayan bilginin günceliği ve resmi sitede bilgi edinmesi becerisini gösterdikleri gözlemlenmiştir. Öğretmen öğrencilere aktif bir vatandaş olarak medya okuryazarlığı becerisi için doğru habere nasıl ulaşılır ve bir haberin analizi nasıl yapılır buna ulaşmaya çalışacaklarını ifade etmiştir. Bu örnek bir haber ile yapmaya çalışacaklarının bilgisini vermiştir. Öğrencilere en son korona ile ilgili duyduğu haberi sorar. Öğrencilerden Murat “Hocam en son 50 yaş üstü öğretmen aşıları devam ediyor” diye duymuştum şeklinde cevap vermiştir. Verilen cevaplar kayıtlara şu şekilde yansımıştır:

Öğretmen: Haberlerde Corona aşıları ile ilgili ne duydunuz?

Özlem: Hocam ben yeni bir şey görmemiştim yani tam güncel bir haber olamaz.

Öğretmen: Son günlerde ülkemize korona aşısı geliyormuş ama boşa gidiyormuş şeklinde bir haber duydunuz mu?

Ali: Hocam duyduk evet aşısı yapacak insanlar önce randevu alıyorlarmış ama sonra saatleri kaçırmıyorlar gelmiyorlar diyordu. Aşısı yapmamız gereken kişiye yapmamız gerekiyor ama oda gelmediği için çöpe atıyoruz gibiydi sanki.

Öğretmen bu konu ile ilgili bir haber paylaşacağını ve haberi öğrencilere okutacağını söyler. Yansıtılan haberin başlığında çok bilinen bir fakültenin dekanının açıklama yaptığını, dekanın açıklamasında Biontek aşılarında inanılmaz ihmalin olduğunu, aşılardan boşa gittiği şeklinde başlık yazılmıştır. Öğrencilere haberin detayı okutulmuştur. Öğrenciler haber okuduktan sonra öğretmen öğrencilere haberde anlatılanın ne olduğunu sormuştur. Öğrencilerden Emre Biontek aşılarının boşa gittiğinin cevabını vermiştir. Eda insanların

aşının zamanını kaçırdığı için aşuların boşa gittiğini söylemiştir. Öğretmen bu haber doğru mudur? Sorusunu sormuş verilen cevaplar kayıtlara şu şekilde yansımıştır:

Öğretmen: Bu haber doğrumu dur?

Murat: Hocam doğru olsa bence yayınlardı. Yayınladılar mı? Ama bilmiyorum

Eda: Google 'da yayınlamışlar.

Murat: Aaa evet yayınlamışlar. ...gazetesinde.

Öğretmen: Sadece o gazetede mi var? Murat paylaşım yap bakalım başka

Gazetelerde var mı?

Murat: Evet diğer gazetelerde yayınlamış

Eda: Doğru olabilir.

Ezgi: Doğru çünkü ...Gazetesi yayınlamış.

İrmak: Hocam bizim sağlık bakanlığı bilgilerine güvenmemiz gerekiyor ve kendiler net

bir şey söylemedikleri için bizim de fazla bilgilerimiz olmadı.

Öğretmenin sorduğu soruya öğrencilerin birden çok gazetede yayımlandığı için haberin doğru olduğuna ilişkin açıklamada bulunmuş olduğunu fark etmiştir. Bu durum öğrencilerin medya haberlerine eleştirel bakmadığının da göstergesi olmuştur. Öğretmen derste bu haberin doğruluğunu tespit edeceklerinin açıklamasını yapmıştır. Bunun için bazı sitelerin olduğunun bu siteler ile ilgili bilgilerini olup olmadığını sormuştur. Öğrenciler ise bilgilerinin olmadığını ifade etmişlerdir. Öğretmen daha önce erişim becerisinde kazanılan org. biçimindeki uzantıların ne anlama geldiğini sorduğunda öğrenciler sivil toplum kuruluşları olduklarının cevabını vermişlerdir. Öğrencilerin verilen cevaplar kayıtlara şu şekilde yansımıştır:

Öğretmen: Çocuklar biz şimdi bu haberin doğru olup olmayacağına bakacağız. Haber sitelerinin doğruluğunu tespit edeceğiz. Haberleri doğrulamak için bazı siteler var hiç duyduk mu böyle sitelerin varlığını?

Murat: Hayır.

Beren: Hayır.

Öğretmen: Bu tarz haberleri doğrulayan bazı uygulamalar var. Bunlardan teyit nokta org. doğrula nokta org. Şeklinde adresleri olan sayfalar. Bu arada org. uzantısı size bir şey hatırlattı mı?

Deniz Su: Sivil toplum kuruluşları

Öğretmen: Sivil toplum kuruluşlarının amaçları neydi?

İrmak: Ülkemize hizmet sunuyorlardı bağış topluyorlardı hak savunuyorlardı. Kar yapmadan.

Ders planının ilk yarım saati sona ermiş on dakikalık aradan sonra derse devam edilmiştir. Öğretmen paylaşım yetkisini vererek öğrencinin doğrula.org sitesini paylaşım açmasını söylemiştir. Öğrenci siteden kulaktan kulağa aşular nasıl çöp oldu haberini

paylaşımına açmış ve okumuşlardır. Sitede bilgi kirliliği kavramı geçmiştir. Öğretmen bilgi kirliliğinin ne anlama geldiğini sormuştur. Verilen cevaplar kayıtlara şu şekilde yansımıştır:

Öğretmen: Çocuklar daha devam edeceğiz ama bilgi kirliliği ne olabilir.

Ali: Bir sürü yanlış bilginin ya da doğru bilginin ortalıkta dolandığı, doğru bir bilgi olmayan data

Öğretmen dogrula.org sayfasını açtırdığında sayfa aynı haberin birçok haber sayfasında yayınlandığını, yayınlanan bütün sayfalarda aşılardan boş gittiğine yönelik başlıkların atıldığını yazmıştır. Bu haberin doğruluğunu dogrula.org'un araştıracağını yazılmış olduğunu öğrencilere okutmuştur. Yazılan haberde öncelik büyükşehirde yer alan bir hastaneye gidilerek araştırma yapıldığının, aşının boş gitmediği, aşı listelerinin sürekli güncellendiği okutulmuştur. Okunan bu haberin üzerine öğrencilerden Ali aşılardan boş gitmediğini yazdıklarını cevabını vermiştir. Öğretmen ilk açıklamayı yapan fakülte dekanının Twitter hesabını ekrana yansıtarak yazdıklarını öğrencilere okutmuştur. Fakülte dekanı yanlış anlaşıldığını, yaptığı açıklamada aslında aşılardan için mutlaka randevuya zamanında gitmeleri gerektiğinin vurgusunu yapmaya çalıştığını, aşılardan çöpe gitmediğini mesajların doğru anlaşılmasının ve doğru mesajlar çıkarılması gerektiğini yazmıştır. Bunun üzerine öğretmen birinci elden kaynak ikinci elden kaynak ayrımını yapmak için öğrencilere sorular sormuştur. Gelen cevaplardan sonra öğretmen açıklamalar yapmıştır. Verilen cevaplar kayıtlara şu şekilde yansımıştır:

Öğretmen: Bir haberin ilk nasıl farklı şekilde aktarıldığını gördünüz, haberleri nasıl farklı şekilde aktardıklarını da. Bizde bu haberi hem doğrulama sitesinden hem de açıklamayı yapan kişinin açıklamasını okuduk. Peki bu durumda birinci el kaynak ne demek olabilir?

Gülner: Hocam yani bir kişi bir şey söylüyor ise onun direkt ilk söyleyen.

Özlem: Böyle hiç yalan yanlış olmayan bir haberin ilk verilmiş hali olabilir.

Öğretmen öğrencilerin birinci elden kaynak ve ikinci elden kaynağın ne anlama geldiğini haber üzerinden çıkarımını yapmasını sağlamıştır. Öğretmen ders planının sonuna doğru öğrenciye haberin ilk hali neydi sorusunu sorar öğrencilerin cevapları kayıtlara şu şekilde yansımıştır.

Öğretmen: İlk haber neydi?

Ezgi: Aşılardan ziyan oldu diyordu ama şimdi haber öyle değil.

Eda: Ama aslında adam insanların aşılardan yapmaya zamanında gelmesi için açıklama yapmış.

Elif: Demek ki gördüğümüz her habere inanmayacağız.

Öğretmen dersin sonunda öğrencilerin ilk gördüğü haber ile açıklamayı yapan kişinin açıklamasını okutmuştur. Bir haberin yanlış anlaşılma sonucunda nasıl aktarım yapıldığının


çıkarımını yaptırmıştır. Öğrencilere dersin sonunda medya aracılığı ile elde edilen bilginin doğruluğuna karar verirken birinci elden bilgi edinmeye ve eleştirel bakılması gerektiğine yönelik çıkarımlar yaptırılmıştır.

Öğretmen analiz ve değerlendirme becerisine yönelik yaptığı beşinci derste bilginin doğruluğuna yönelik, öğrencilerin bir haberi kendi görüşüne yakın gazetelerde gördüklerinde veya çoğu gazetelerde yayınlandığını gördüklerinde haberi sorgulamadan doğru olabileceği kanısında olduklarını gözlemlemiştir. Öğretmenin beşinci ders uygulamasına ilişkin görüşlerini şu şekilde günlüğüne yansıtmıştır:

Bugün analiz ve değerlendireme becerisine yönelik uygulamayı yaptık. Dersin öğrencilerin ilgisini çok çektiğini fark ettim. İlk etkinliklerde öğrenciler kısa kısa cevap verirdi, soruları cevaplamaktan çekinirdi. Bu derste düşüncelerini uzun cevaplar vererek, düşüncelerini rahatlıkla ifade ederek cevaplar verdiler. Normalinde derste çok aktif olmayan öğrencilerinde derse aktif katıldığını fark ettim. Özellikle bir haberin güvenilirliğine ve doğruluğuna konusunda nasıl karar vereceklerine yönelik tedirgin olduklarını fark ettim. Bir öğrencinin haberin doğru olup olmayacağını sorduğumda ilk etapta kendi görüşüne yakın gazetede yayınlandığı için haberin doğru olduğunu ifade etmişti. Aynı öğrenci dersin sonunda düşüncesi değişmişti. Öğrenciler dersin başında bir haberin doğruluğuna yönelik nasıl karar verecekleri konusunda tedirginlik yaşadıklarını farkettim. Dersin sonuna doğru öğrencilerin bu tedirginlikleri azalmıştı. Medya okuryazarlığı becerisinde eleştirel düşünmenin en yoğun olduğu analiz ve değerlendirme için iki ders etkinliğinin olması öğrencilerin bu beceriyi kavramaları açısından daha uygun olacaktır (Öğretmenin Günlüğü 20 Nisan 2021).

Analiz ve değerlendirme becerisine geliştirmek amacı ile “Bilginin korunması, yaygınlaştırılması ve aktarılmasında değişim ve sürekliliği inceler.” kazanımına yönelik ders planı hazırlanarak uzman görüşüne sunulmuştur. Uzman görüşü alınarak hazırlanan ders planı 27.04.2021 tarihinde uygulanmıştır. Ders planında “Kil Tabletlerden Akıllı Tabletlere” konusu üzerinden medya mesajının doğruluğunu ve güvenilirliğini uygun bir şekilde çözümleme, analiz etme, eleştirel düşünme, ikna tekniklerinde kullanılan dil, renkler, fotoğraflar, sayısal veriler, içerik analizi gibi kavramlar üzerinde durulmuştur. Bu bağlamda öğrencilere bireysel olarak Google Classroom üzerinden uzman görüşü alınarak çalışma kâğıtları oluşturulmuş ve uygulanmıştır. Uzman görüşü alınarak altıncı eylem planı 27.04.2021 tarihinde çevrim içi (online) olarak uygulanmıştır. Uygulanan altıncı eylem planı Tablo 4.12’de gösterilmiştir.

Tablo 4.12. Analiz ve Değerlendirme Becerisine İlişkin Beşinci Eylem Planı

Dersin adı	Sosyal Bilgiler
Sınıf	7B
Süre	30+30
Öğrenme Alanı	Bilim, Teknoloji ve Toplum
Konu	Kil Tabletlerden Akıllı Tabletlere
Kazanımları	SB.7.4.1. Bilginin korunması, yaygınlaştırılması ve aktarılmasında değişim ve sürekliliği inceler.
Yöntem ve Teknikler	Sunuş yolu, Buluş Yolu, Anlatım tekniği, Soru- cevap yöntemi,
Dikkati Çekme	Öğretmen aşağıdaki görseli yansıtarak dijital ayak izi ne demek? Sorusunu sorar 
Güdüleme	Dersimizde bilginin korunması yaygınlaşması ve kişisel bilgilerimiz korunması ile ilgili bilinç kazanmış olacağız.
Gözden Geçirme	Bilinçli bir birey olarak bilginin korunması, yaygınlaşmasında teknolojinin ve medyanın kullanılması ile ilgili bilgi edineceğiz.
Derse Geçiş	İnsanlar 100 yıl önce nasıl bilgi ediniyorlardı?

II. GELİŞME

Günümüzde 50 yıl önce insanlar hangi yolla bilgi ediniyordu?

Öğretmen 50 yıl önce geleneksel medya yolu ile bilgi edindiği çıkarımını yaptırır.

Günümüzde bilgiyi hangi yollarla ediniyoruz?

Günümüzde elde ettiğimiz bilgi ile geçmişten elde ettiğimiz araçlardan ne farkı var? Sorusu sorulur. (Amaç yeni medyada etkileşimde bulunulduğunun ve yorum yapılabileceğini çıkarımını yaptırmak)

Günümüzde yeni medya ile bilgi elde edildiği çıkarımı yaptırılır.

Yeni medyanın başka hangi amaçlarla kullanılır? Sorusu sorulur.

Öğrencilere bilgi edinmek, eğlenmek, alış-veriş yapmak çıkarımı yaptırılır.

Bunları yaparken kişisel bilgilerimizi de ulaşabilirler mi? Sorusu sorulur.

İnternet üzerinden yapılan her türlü işlemin güvenlik riskinin olabileceği çıkarımı yaptırılır.

Kişisel bilgilerin çalınması ile ilgili yakın bir zamanda yayınlanan bir haberin olduğu öğrencilere söylenir. Öğrencilerin bu haberle ilgili bilgilerinin olup olmadığı sorusu sorulur?

Yayınlanan ilk gazetede kişisel bilgilerin çalınmasına neden olan uygulama ile ilgili haberi paylaşılır.

Öğretmen bilginin korunması için öğrencilere şu soruları sorarak analiz yaptırır:

Bu haber sizlere ne hissettirdi?

Sizlerin ya da ailelerinizin kullandığı bu tür uygulamalar var mı?

Bu uygulamaları kullanırken nelere dikkat etmeliyiz? Sorularını sorar.

Bu soru ile aşağıdaki çıkarımlar öğrencilere yaptırılacaktır:

İnternet üzerinden yapılan her türlü uygulamanın bir iz bıraktığını, girişte sorduğumuz dijital ayak izinin bununla ilgili olduğu çıkarımı yaptırılacaktır.

İnternet aracılığı ile yaptığımız bütün işlemlerde farklı şifreler kullanılması gerektiğinin çıkarımı yaptırılacaktır.

İnternet üzerinden yapılan her türlü işlemin güvenlik riskinin olabileceği çıkarımı yaptırılır.

Öğretmen günümüzde bilgi ve haberler yaygınlaştırılırken kullanılan yöntemlerin analizini yaptırmak için aynı örnek haberin analizini ikinci gazeteden yaptıracaktır.

Öğretmen öğrencilere örnek haberi okutur

Tablo 4.12. (Devam) *Analiz ve Değerlendirme Becerisine İlişkin Beşinci Eylem Planı*

Örnek haber analiz yapılacak. Haber analizin temel boyutları şöyledir:
Haberde kullanılan başlıklar, fotoğraflar/ görseller,
Yazı ve metinler analiz ettirilecek.
Öğretmen haberin analizi için öğrencilere şu soruları sorarak haberin analizini yaptırır:
Birinci haberde neden “hacklendi” İkincisinde “Çalındı “ kelimesi kullanılmış?
İki kelimeyi ayrı ayrı okuyunca sizde ne uyandırdı?
Birinci gazetede kullanılan fotoğraf ile ikinci gazetede kullanılan fotoğraflar size ne hissettirdi?
Sorularını sorar.
Birinci gazetede kullanılan metin içeriği ile ikinci gazetede kullanılan metin içeriğinin analizi yaptırılır.
Öğrencilere bilgi ya da haber edindiğimiz site sahiplerinin bilgilerin ve haberlerin yaygınlaştırılmasında etkili olduğu çıkarımı yaptırılır.

III. SONUÇ

Ölçme ve Değerlendirme

Dersin sonunda öğretmen buluş yolu yöntemi ile öğrencilere sorular sorarak:
Medya üzerinde edineceğimiz bilgi ve haberlere eleştirel bakacağımızın analizi yaptırılır.

Alıştırma/Ödev

Sizlere Clossrom üzerinden verilen çalışma yaprağına bir bilginin veya haberin iki farklı şekilde yayınlanmasının analizini yaparak bana iletiniz.

Ders planda belirtildiği şekilde işlenmiştir. Bu plan kapsamında medya mesajının doğruluğunu ve güvenilirliğini uygun bir şekilde çözümlenme, analiz etme, eleştirel düşünme, ikna tekniklerinde kullanılan dil, renkler, fotoğraflar, sayısal veriler, içerik analizi gibi temel kavramlar ve ilkeler kazandırılmaya çalışılmıştır. Öğretmen bu amaç doğrultusunda ilk olarak planda yer alan görsel paylaşılmıştır. Görsel üzerinden öğrencilere dijital ayak izi sorusunu sormuştur. Öğrenciler internet üzerinde bıraktığımız iz, bir siteye girdiğim zaman başkasının görmesi, konularımızı paylaştığımızda bizi takip etme dijital ayak izi olabilir cevaplarını vermişlerdir. Öğrenciler soruyu tam olarak cevaplayamamış ancak fikir yürüterek cevap vermişlerdir. Öğrencilerden Ezgi mesela bir sayfanın altına yorum yapıyoruz bu da bir dijital ayak izi olur sanırım şeklinde cevap vermiştir. Altıncı eylem planı 27.04.2021 tarihinde Cuma günü saat 11.15’de video ders kayıtlarına bir bölümü şu şekilde yansımıştır:

Öğretmen: Size bir soru sorayım bakalım resmi görüyor muyuz? Soru bize ne demek istiyor olabilir? Soruda dijital ayak izi ne demek? Sizin dijital ayak iziniz var mı?

Ali: Var Hocam bizim internet üzerinden bıraktığı iz. Sonuçları.

Özlem: Hocam yaptığımız ya da belki kötü amaçlı heckerların falan yaptığı kötü şeyler bize bıraktığı kötü şeyler mi? İz?

- Irmak: Mesela Şu olabilir. Ben çok gizli bir grevdeyim online olarak uygulamada falan, mesela benim hesabım çalışırken ki o an kullandığım bilgisayarın Şeyi numarası falan mı oda polislerin bulmasını sağlayacak bir Şey bir iz olabilir mi?
- Eda: Hocam Şey olabilir mi? Biz internetten bir siteye falan girdiğimiz zaman ya da bir mesaj attığımız zaman, o internette bizim araştırmamız. Yani diyelim ben bir tane siteye girdim ve girdiğim site görülebiliyor, başkaları tarafından nerelere girdiğimi o olabilir.
- Ezgi: Vardır hocam
- Öğretmen: Ne mesela? Ne olabilir?
- Ezgi: Örneğin dijital ayak izi e postalar falan diye biliyorum ben. Verilen konular var ya onlarla bizi takip edebiliyorlar. Nerde bulunduğumuzu. Buna dijital ayak izi demiş olabilirler.
- Irmak: Hocam Şöyle mesela benim kuzenim babası yapıyor. Kuzenimin Youtube da neler izlediğini mesela dev için Google dan falan ne araŐtırdığını grebiliyormuŐ. Her halde benimde babam biliyordur ne yaptığımı. O olabilir.
- ınar: Baban geçmiŐinden bakıyordur.
- Öğretmen: Tamam baban baktı bilgisayarında geçmiŐin var. Ama sadece baban mı baktı. Sadece bizim makinamızdan mı kontrol ediyorlar?
- Emre: Hayır hocam görebiliyorlar. Nasıl görebiliyorlar. İnternetin mesela bizimki Türk Telekom bizimki Türk Telekom kendi binasında bizim hangi sitelere girdiğimizi mesela gizli sekmeden herhangi bir siteye girdiğimizi biz göremiyoruz ama onlar görebiliyor.
- Eylül: Hocam hani dediniz ya sadece bizim olduğumuz bilgisayarda mı var bu bilgiler dediniz ya hayır bence. Türk Telekom falan filan dedi ya bence. Kullandığımız Şifreleri de biliyorlar.
- ınar: Hocam Őuan benim bilgisayarım evin internetine bağlı. Bilgisayarın bir yerinden bilgisayarda en ufak geçmişte arattığı a dan z ye bulunur oradan aramayı yapmak için. Ama ayak izi bırakmamak için ne kadar uđraŐırsanız da emin olun illa buluyorlardır.
- Ezgi: Mesela yorum yapıyoruz bir sayfanın altına bu da bir dijital ayak izi olur.
- ınar: Hocam ben Google dan Şöyle bir Şey fark ettim. Şöyle yaptım ben bilgisayara çaktırmadan bir Şey yazarsam arkadaŐarımla konuŐuyormuŐum gibi yapıp ben dambıl seti falan istiyorum diyorum. Bir siteye girdiğimde işte sağda solda futbol ayakkabıları ile ilgili reklamlar çıkıyor.
- Ali: Aynen yle o bana da oluyor hocam o gerçekten doğru bence dinliyorlar.
- Ezgi: Zaten Google'ın kullanım koşullarında var.

Öğretmen soruduğu soru karşısında öğrencilerin hem ebeveynleri tarafından hem de operatörler tarafın takip edilebileceklerini öğrendiklerinde gerginlik yaşadıklarını gözlemlenmiştir. Öğretmen pasif ve aktif dijital ayak izi kavramını açıklamıştır. Öğretmen ğrencilere geçmişten günümüze bilgiye ulaşım araçlarının değişimini fark etmek için günümüzde bilgi edinme araçlarını sormuştur. Öğrenciler ilk olarak kitaplar, telgraf, günümüzde internet ve bilgisayar cevabını vermişlerdir. Öğretmen bilgi edinme araçlarından

geleneksel ve yeni medya kavramının ayırımına ilişkin sorular sormuştur. Öğrenciler geleneksel medyada haber ediniyorduk, şimdi yorum yapabiliyoruz cevabını vermişlerdir. Öğrencilerden Eda günümüzde medya ile grup kurabiliyoruz iletişimde olabiliyoruz şeklinde cevap vermiştir. Verilen cevaplar kayıtlara şu şekilde yansımıştır:

Öğretmen: Çocuklarım biz şimdi hangi yollarla bilgi ediniyoruz? Yüzyıl önce nasıl bilgi ediniyorduk?

Çınar: İlk önce mektup yollayarak, kuşun ayağına bağlıyorlardı.

Deniz Su: Kitaplardan

Murat: Telgraf

Öğretmen: Sonra ortaya ne çıktı?

Çınar: Teknoloji, telefon bilgisayar, Whatsapp, İnternet

Öğretmen: Harikasin! Peki, geleneksel medya neydi hatırlıyor musunuz?

Eda: Trt, Radyo gibi

Ali: Televizyon.

Öğretmen: Yüz yıl öncesinde gazeteler, dergiler vardı. Sonrasında yaklaşık 50 yıl öncesine artık yavaş yavaş yeni medya ortaya çıktı. Peki, bu geleneksel medyadan nasıl bilgi edinebiliyorduk?

Ali: İşte haberler falan dinliyorduk.

Elif: Televizyon izliyorduk.

Öğretmen: Haberler dinliyorduk. Peki, günümüz mediasından nasıl farkı var?

Çınar: Hocam günümüzde bildirim falan var, cevap veriyorsun.

Özlem: Bu zamandakiler daha kolay ulaşılabilir. Başkalarına iletebiliyoruz. İletişime geçebiliyorsunuz. Daha kalıcı oluyor bilgiler.

İrmak: Evet hocam, önceden sadece bir kişiye mesaj atabiliyorduk. Şimdi grup oluşturup hepimiz bir anda görebiliyoruz. İletişimde oluyoruz. Dediğim gibi farklılıklar var.

Öğretmen geleneksel ve yeni medya ayırımını yaptıktan sonra daha önceki ders planında yer verdiği medyanın işlevlerini sorarak derse devam etmiştir. Verilen cevaplar kayıtlara şu şekilde yansımıştır:

Öğretmen: Yeni medyanın işlevleri nelerdir?

Elif: Hocam işlev mi yoksa bizim de kendimizin hani kendimizin eğlence aracı

Öğretmen: Yani sen öğrenci olarak nasıl kullanıyorsun?

Elif: Hocam ben öğrenci olduğum için genelde eğlence ve eğitim amaçlı kullanacağım.

Eylül: İletişim amaçlı.

Elif: Haber almak.

Murat: Haber vermek.

Çiğdem: Eğitim amaçlı kullanıyorduk.

Çınar: Hocam sipariş etmek. Getirden vs.

Öğretmen: Harikasin! Mesela Getir'den sipariş vermek. Alışveriş yapmak değil mi?

Çınar: Evet hocam. İnternette kıyafet alışverişi de yapabiliyoruz.

Öğretmen bilginin korunması ve güvenliği konusuna geçiş yapmak için öğrencilerin vermiş olduğu cevaplardan yola çıkarak sorular sormuştur. Öğretmen bu sayfalardan kişisel bilgilerimize ulaşılabilir mi? Sorusunu sormuştur. Öğrenciler kimlik bilgilerimizi alıyorlar, hackerlar var, kredi kartı bilgilerimizi girersek alırlar şeklinde cevaplar vermişlerdir. Öğrencilerden Murat hackerlar var, kredi kartımızı girdiysek o bilgileri alabilirler. Kredi kartı bilgilerinden alabilirler şeklinde cevap vermiştir. Verilen cevaplar kayıtlara şu şekilde yansımıştır:

Öğretmen: Kıyafet alışverişi yapabiliyoruz. Çınar güzel bir noktaya değindin uygulamadan sipariş veriyoruz dedin. Burada kişisel bilgilerimize de ulaşılabilir mi?

Eylül: Evet Hocam

Öğretmen: Peki nasıl ulaşıyorlar?

Hakan: Hocam sonuçta bir uygulamaya falan giriş yaparken bizim kullanıcı bilgilerimizi alıyorlar. İşte ne bileyim bazı uygulamalarda kimlik bilgilerimizi alıyorlar. Başka bilgimizi alıyorlar buradan bulabiliyorlar bence

Murat: Ederler hocam mesela hackerlar var. Hocam kredi kartımızı girdiysek o bilgileri alabilirler. Kredi kartı bilgilerini alabilirler.

Boran: Hocam bir de biz bir şeyler alırken falan adresi yazıyoruz bir de o var ev adresini de alıyorlar.

Çınar: Hocam difef diye bir uygulama var. Hocam difef çok tehlikeli hocam bir uygulama çok dolandırıcı var.

Murat: Difef, evet hocam çok tehlikeli.

Öğretmen: Ne uygulaması?

Murat: Hocam her yerde hacker var. Dolandırılıyorsunuz kısacası hocam.

Çınar: Kısacası dolandırma uygulaması hocam. Bazıları inandırıp kayıt oluyorlar.

Eylül: Hocam mesela biz bir şey alırken kredi kartı bilgilerimizi giriyoruz oradan da kredi kartı bilgilerimizi alıp dolandırılır.

Öğretmen ders planında yer verdiği güncel olan habere öğrencileri yönlendirmek amacı ile öğrencilere yakın bir zamanda kimlik bilgilerinin çalınması ile her hangi bir haber duyup duymadıklarını sormuştur. Öğrenciler bitcoin kaçakçılığı, yemek sepeti haberi vardı şeklinde cevaplar vermişlerdir. Öğrencilerden Elif bilginin güvenliği ile ilgili bir uygulamayı herkes kullanıyorsa onlarda olmadıysa biz de de olmaz kanısının olduğuna yönelik cevap vermiştir. Verilen cevaplar kayıtlara şu şekilde yansımıştır:

Öğretmen: Çocuklar birazdan kişisel bilgilerimizin korunması ile ilgili örnek bir haber yansıtacağım. Yakın bir zamanda böyle bir haber vardı hatırlıyor musunuz? Kimlik bilgiler çalınmış bir şeyler olmuş hiç duydunuz mu?

Çınar: Hocam bitcoin kaçakçılığı falan vardı onlardan mı?

Öğretmen: Bilgilerimizin güvenliği ile ilgili bir haberdirdi.

Ezgi: Hocam yemek sepetinde aynı şekilde vardı.

Öğretmen: Doğru söylüyorsun Ezgi. Çocuklar yakın bir zamanda yemek sepetinin bir haberi vardı. Biz sipariş verirken bilgilerimizin verildiği yerler güvenli olmadığına ilişkin bir haberdirdi. Haberi duydunuz mu?

Elif: Hocam böyle durumlarda şöyle bir anlayış var. Herkes kullanıyorsa onlarda olmadıysa biz de de olmaz durumu var.

Öğretmen: Yaygın olarak kullanılıyorsa biz de bir şey olmaz mı deniliyor? Çınar bir şey söyleyecekti?

Çınar: Hocam yemek sepeti olayı vardı ya Hocam o olay ne oldu hallettiler mi? Hocam benim onlarda kartım vardı. Kart bilgilerim, kartım falan var orda kayıtlı. Dur işte bakalım ne olacak.

Öğretmen ders planında yer alan örnek haberi ekrana yansıtarak okutmuştur. Öğrencilere söz hakkı vererek buluş yolu ile yansıtılan haberde kişisel bilgilerin korunması ile kavramları ortaya çıkarmaya çalışmıştır. Öğretmen kişisel bilgilerin çalınması ile ilgili haber öğrencilere okutulmuştur. Öğretmen öğrencilere bu haber size ne hissettirdi? Kişisel bilgilerimizi nasıl korumalıyız? Şeklinde sorular sormuştur. Öğrenciler bilgilerin güvenliğini uygulamaların farklı olabileceğini bazı uygulamaların daha güvenli olabileceğinin üzerinden kendi aralarında tartışmaya başlamışlardır. Aralarında farklı uygulamalarda daha güvenli olabileceği tartışmasına neden olmuştur. Bazı öğrenciler ise uygulamayı kullanmadığı sürece bilgilerinin tehlikede olmayacağını ifade etmişlerdir. Verilen cevaplar kayıtlara şu şekilde yansımıştır:

Hakan: Hocam bir şey söyleyebilir miyim?

Öğretmen: Söyle Hakan.

Hakan: Hocam hani kayıtlı olan e posta adresleri diyor ya Hocam. E- posta adreslerinden kart bilgilerine ulaşabiliyorlar ama.

Öğretmen: Bu haber sizlere ne hissettirdi? Irmak söyle güzelim.

Irmak: Korku ve güvensizlik hissettirdi Hocam.

Murat: Endişe Hocam.

Çiğdem: Hocam aslında bana hiçbir şey hissettirmede çünkü yemek sepeti kullanmıyorum.

Öğretmen: Peki biz yemek sepeti kullanmadığımızda her şeyi garanti altına almış oluyor muyuz?

Eylül: Belki başka uygulamalarda da öyle oluyor Hocam.

Öğretmen: Peki güzel bir yere değindin. Evet Eylül yemek sepetini kullanmadın. Diğer uygulamalar da nasıl olacak?

Eylül: Hocam yemek sepetinde nasıl yaptılarsa diğer uygulamalardan da öyle yapacaklardır.

Murat: Ama yemek sepetini ID ile diğer uygulamaların ID çok farklı

Eylül: Yemek sepetinin ID'sini nasıl buldular ise onların ID'sinde bulurlar Hocam.

Ezgi: Aynı değil!

Murat: Evet aynı değil işte o zor.

Ali: Belki de ayrı ayrı bulmuşlardır. Nereden bilecen. Aynı değil ayrı ayrı heclemişlerdir.

Murat: Zaten bu uygulamalarda sncet falan virüs koruma uygulamaları var otomatik.

Öğretmen bilinin güvenliğine ilişkin internete girdiğimizde nelere dikkat etmemiz gerektiği sorusunu sormuştur. Öğrenciler e-devlet şifresini düzenli değiştirmemiz gerekiyor, harflerde farkı karakterler kullanmamız gerekiyor şeklinde cevaplar vermişlerdir. Öğrenciler erişim becerisinde e-devlet kullanımında düzenli olarak şifre değiştirmesi gerektiği kazanımını edinmiş ve öğrencilerin buna yönelik cevaplar verildiği görülmüştür. Öğrencilerin verdikleri cevaplar kayıtlara şu şekilde yansımıştır:

Öğretmen: Peki çocuklarım size sorum birincisi bilgilerimizin güvenliği için internete girdiğimizde neler yapabiliriz? Nelere dikkat edeceğiz çocuklar?

Ali: Her şeye dikkat edeceğiz işte.

Öğretmen: Her şeye derken neye dikkat edeceğiz örneğin?

Özlem: Hocam siz şey demiştiniz. E devlet şifresinde ayda düzenli olarak değiştirin demiştiniz. Ama bir de hepsinin aynı olmaması gerekiyor.

Öğretmen: Birincisi bizim bütün şifrelerimizin aynı olmaması gerekiyor değiştirmeliyiz. Peki, şifrelerimiz oluştururken nasıl bir şifre kullanmalıyız?

Ali: a küçük harf b harf w 60

Beren: Hocam genellikle Google bir hesap oluştururken şifre öneriyor o şifreye bakarsak çok saçma harfler var. Böyle bize verilen şifrenin fotoğrafını çekip benzer şifreler yapmak bence daha olumlu olabilir.

Murat: Hocam kafelerde mesela. Orada internet kullandığımızda direk anında çok kolay ulaşırlar şifrelerimize. Herkese açık yani anında ulaşılabilir.

Öğretmen bir haberin iletilmesinde kullanılan farklı yöntemleri öğrenciye fark ettirmeyi amaçlamıştır. Bunun için aynı haberi farklı bir kaynaktan öğrencilere tekrar okutmuştur. Her iki kaynakta kullanılan dil, renk, sayısal veriler analiz edilmeye çalışılmıştır. Öncelikle her iki haberin başlığı ekrana yansıtılmıştır. Öğrencilere başlıklarda kullanılan dile dikkat çekmek istenmiştir. Öğrencilere “Başlıklarda kullanılan kelimeler dikkatinizi çekti mi? sorusu sorulmuştur. Öğrenciler birinde heklendi diğesinde çalındı yazdığını söylemişlerdir. Öğrencilerin bu soruya verdikleri cevaplar şu şekildedir:

Öğretmen: Şimdi iki gazetenin başlığını yansıtıyorum. Başlıklarda kullanılan kelimelerde dikkatinizi ne çekiyor?

Irmak: Birinci başlıkta yemek sepetinde “heklendik”. Öbüründe de diyor ki “yemekse petinde çalınan bilgiler kimin elinde?”

Ali:Var Hocam var. “Hecklenir” mesela tekrar şey yapılabilir yani geri alınabilir. Ama çalmak direk bilgilerin çalınmıyor.

Öğretmen: Çalınabilir yani aynı şey mi ikisi de farklı mı?

Ali: Hayır aynı değil.

Öğretmen: Yemek sepetindeki alınan bilgiler çalınmadı mı?

Ali: Yani hocam işte ben şunu söylüyorum. Hecklenmek ve çalınmak arasındaki farkı söylemeye çalışıyorum. Yani heclenmekte ister çalarsınız ister başka bir şey yaparsınız ister hiçbir şey yapmazsınız, yani bir şey olmaz. Ama çalmak sözcüğü direk çalmak öyle işte. Hocam böyle söylemek istemiş olabilirler.

Murat: Hocam sahte haber olabilir mi bu?

Öğretmen: Hayır. Haber yayınlandı.

Çiğdem: Hocam hecklendi deyince sanki yemek sepetinin suçu yok ama çalındı derse sanki onlar koruyamamış gibi oluyor.

Deniz su: Çalındı deyince sanki daha tehlikeli gibi.

Ezgi: Hecklendi deyince sanki yemek sepetinin suçu yokmuş gibi.

Öğretmen aynı haberin farklı şekillerde iletilmesi, farklı görsel ve renklerin sunulmasına dikkat çekmek için haberde kullanılan görsellerin farklılıklarını öğrencilere sormuştur. Öğrencilere haberin görsellerinde kullanılan renkler ve resimlerin nasıl bir etki bıraktığını sormuştur. Öğrenciler birinci resim ile insana korkulacak bir şey yokmuş gibi hissettirdiği, ikinci resimde yüzü görünmeyen silüet olması tehlikeli bir durum varmış gibi korkutucu bir renk kullanıldığının cevabını vermişlerdir. Öğrencilerden Gülnur “Birinci haberde normal logolarını kullanmışlar ama ikinci haber siyah renk sanki tehlike var gibi.” şeklinde cevap vermiştir. Öğrencilerin bu soruya verdikleri cevaplar kayıtlara şu şekilde yansımıştır:

Öğretmen: Şimdi gelelim kullanılan görsellere. Görselleri görüyoruz değil mi? Birinci gazetede ve ikinci gazetede görsele bakın. İlk önce birinci gazetede görsele sonra ikinci gazetede görsele bakın ne diyebilirsiniz?

Eda: Var hocam ikisi de farklı görseller ve farklı izlenimler oluşturuyor.

Irmak: Hocam anlatılmak istenen aslında aynı şey ama birinci gazetede sanki çok fazla tedirginliğe kapılacak bir şey yokmuş gibi yemek sepeti markası. Ama ikinci gazetede bu yandaki yüzü görünmeyen silüet filan, siyah o korkutucu bir şey katıp dikkat çekme amaçlı yapılmış bence. Tehlikeli gibi.

Berkay: İkincisinde yemek sepeti markası, tehlikeli adam resmini yan yana getirmişler.

Çiğdem: Birinci gazetenin dili de görseli de tedirgin etmiyor ama ikincisi okuyunca mesela insan şey oluyor. Korkutucu.

Öğretmen haberin iletilmesinde ikna için kullanılan sayısal verilere dikkat çekmek istenmiştir. Öğrencilere neden sayısal verilerin kullandığını sormuştur. Öğrenciler daha çok bilgi vermek, ikna etmek, inandırmak için şeklinde cevaplar vermişlerdir. Öğrencilerden Murat “Sanki sayısal yüzdeler verince daha inandırıcı oluyor.” şeklinde cevap vermiştir. Verilen cevaplar kayıtlara şu şekilde yansımıştır:

Öğretmen: İletilen örnek haberi gördünüz. Bize sayısal verilerle sunmuşlar. Amaçları ne olmuş olabilir. Niye bize sayısal veriler ile sundular?

Elif: Daha çok bilgi vermek.

Ezgi: Sanki daha çok inandırmak için.

İrmak: İnandırmak için.

Çınar: Sanki daha çok güvenilir oluyor.

Öğretmen analiz ve değerlendirme becerisine yönelik yapmış olduğu altıncı derse ilişkin görüşlerini günlüğüne yansıtmıştır. Öğrencilerin kullanılan dil, görsel ve sunum tekniklerinin dikkatlerini çektiği gözlemlenmiştir. Öğretmen bu gözlemlerini günlüğüne şu şekilde yansıtmıştır:

Bugün yaptığımız analiz ve değerlendirme becerisine yönelik ders planını gerçekleştirdim. Olumlu geçti çocukların katılımı güzeldi. Bir önceki becerilerin kazanımı ile ilgilide bilginin doğruluğuna yönelik dönütler vardı. Kullanılan dil, fotoğraflar ile ilgili çok rahat çıkarımda bulundular. Bu konular ilgilerini çekiyor. Fakat uygulama süresinin az geldiğini düşünüyorum. Uygulama süresi daha uzun olsaydı bütün öğrencilerin derse katılımı fazla olabilirdi (Araştırmanın Günlüğü, 27 Nisan 2021).

4.1.3.3. Öğrencilerin analiz ve değerlendirme becerisindeki gelişmeler

Öğrencilerin analiz ve değerlendirme becerisinin nasıl geliştiğini anlamak amacıyla eylem planlarının uygulaması sonrasında öğrencilerle görüşmeler yapılmış, gözlem video kayıtları analiz edilmiş, öğrenci ürünleri incelenmiştir. Bu amaçla öğrencilere eylem planları uygulama sonrasında ön görüşmelerde sorulan sorular “Bir konu hakkında ihtiyaç duyduğum bilgi türünü (haber, veri, görüntü, istatistik, makale, görüş vb.) içeren medya kaynağının doğruluğuna nasıl karar veriyorsun?”, “Bir medya ürünü ile karşılaştığında neler dikkatini çekiyor?” “Bir medya ürünü ile karşılaştığında neler düşünüyorsun?”, “Bir medya mesajının amacını nasıl anlıyorsun? Örnek verebilir misin?”, “Bir medya ürününü ile karşılaştığında nasıl yorumluyorsun?”, “Senin üzerinde etki bırakan bir medya mesajı oldu mu? Bundan nasıl ekilendin örnek verebilir misin?”, “Bir konudaki bakış açını ciddi olarak değiştiren farklı bir medya mesajı oldu mu? Örnek verebilir misin?”, “Medyada aldığın

mesajlar kararlarını nasıl etkiliyor? Örnek vererek açıklayabilir misin?”, “Aynı mesajı farklı medyalarda (TV, Radyo, İnternet vb.) görmeyen sen de farklı etkiler oluşturuyor mu?”, soruları sorulmuştur. Bu sorular ile öğrencinin analiz ve değerlendirme becerisine yönelik gelişimi anlaşılmasına çalışılmıştır. Öğrencilerle yapılan yarı-yapılandırılmış görüşme sonrası öğrencilerin analiz ve değerlendirme becerisi konusundaki görüşleri Tablo 4.13’de verilmiştir.

Tablo 4.13. Öğrencilerin Analiz ve Değerlendirme Becerisinin Gelişimine Yönelik Görüşleri

Temalar	Mevcut Durum (Son Görüşmeler)	f
Medyada erişilen bilginin doğruluğuna karar verme	Resmi siteye bakıyorum	8
	Farklı sitelere bakıyorum	8
	Açıklamayı yapana bakıyorum	6
	Yorumlara bakıyorum	5
	Doğruluğuna bakıyorum	6
Karşılaşılan medya ürünlerinde dikkatini çeken nokta	Kullanılan teknikler (dil, görünüş, başlık, içerik)	20
Medya ürünü ile karşılaştığındaki düşünce ve yorumlama	Verilen mesaj	10
	Kullanılan dil	7
	Etkilemek için neler kullanılmış	3
	Bana faydası	2
Medya mesajının amacını anlama	Hangi amaçla sunulmuş	10
	Kullanılan dil	6
	Anlatılmak istediğine	4
	Kullanılan görseller	1
Etki bırakan medya mesajı	Oldu	15
	Eğitim videoları	9
	Başarı hikâyeleri	5
	Motivasyon videoları	5
	Bilgilendirme	1
Bakış açımı değiştiren medya mesajı	Oldu	16
	Olmadı	4
	Ders çalışma ile ilgili	5
	Yardım konusu	3
	Haberler	2
	Bilgilendirme	1
Medya mesajlarının kararları etkilemesi	Olumlu da etkiliyor olumsuz da	16
	Motivasyon sağlıyor	5
	Siyasi haberler	3
Aynı mesajı farklı medyalarda görmeyen etkileri	Daha çok duyuya hitap ediyor	17
	İnanıncı oluyor	12
	Etkilemiyor	8
		3

Tablo 4.13’de görüldüğü gibi eylem planları uygulama sonrası yapılan görüşmelerde öğrencilerin medyada erişilen bilginin doğruluğuna karar vermeye ilişkin görüşlerine

baktığımızda “Resmi siteye bakıyorum, farklı sitelere bakıyorum, açıklamayı yapana bakıyorum, yorumlara bakıyorum, doğruluğuna bakıyorum” olarak ifade ettikleri görülmektedir. Uygulama öncesi yapılan görüşmelerde farklı sitelerde araştırırım, Google ve Vikipedi de araştırırım, yorumlara bakarım şeklinde kısa cevaplar vererek görüş bildirmişlerdir. Uygulama sonrası öğrenci görüşlerine baktığımızda her öğrencinin uzun cevaplar verdiğini görülmektedir. Öğrenciler uygulama sonrası verdikleri cevaplara baktığımızda bilginin doğruluğuna karar verirken “Farklı sayfalara bakmanın nedenlerini açıklamış, resmi sayfa ayrımı yapmış ve birinci elden kaynağa bakmanın nedenlerini açıklayarak cevap verdikleri görülmektedir. Öğrencilerden Gülnur “Resmi sayfa olmasına dikkat ederim, farklı sitelerden karşılaştırma yaparım, bu bilgilerin kimin tarafından oluşturulduğuna dikkat ederim, açıklamayı yapan kişinin direk sayfasına bakarım” şeklinde görüşlerini bildirmiştir. Öğrencilerin medyada erişilen bilginin doğruluğuna karar vermeye yönelik görüşleri şöyledir:

Deniz su: Araştırırım, farklı sitelere bakarım, bu sitelerin bunu vermelerin haberi verme şekline bakarım, mesela resmi sitelere bakarım.

Ali: Mesela tek bir siteye bakmam. Bunun yerine birkaç siteye bakarım. Baktığım siteler aynı şekilde mi yayınlamış bakarım. Mesela resmi siteye bakarım. Daha doğru olabilir. Ama yine de taraflı veriyorlar.

Ezgi: Elimden geldiğince araştırıyorum. Daha fazla siteye bakıyorum. Yorumlara bakıyorum. Varsa haber ile ilgi direk açıklamayı yapanın sayfasına bakıyorum, resmi sayfalar daha doğru bilgiler verebilir onlara bakıyorum. Ama onlarda da tam doğru olmaya biliyor.

Çiğdem: öncelikle resmi sayfalara bakıyorum. Sayfa karşılaştırması yapıyorum. Mesela bir gezme ya da yemek yeme yeri ile ilgili yorum yapılmış çoğu kişi aynı karardaysa ben olabileceğini değerlendirerek karar veriyorum.

Emre: Birçok site aynı şekilde veriyor ise doğru olabiliyor. Ama yine de kimin yazmış ne amaçla yazılmış bakarım.

Beren: Tüm medya ürünlerine bakıyorum. En doğrusuna bakmaya çalışıyorum. Yine de taraflı sunabiliyorlar. Ama bilgi için ise resmi siteler daha doğru olabiliyor.

Elif: O haberin birden fazla yerde yayınlanmasına bakıyorum, haberi nasıl vermişler bakarım. Resmi site olmasına bakarım. Mesela ödevimle ilgili bir şey mi var TDK’ye bakarım doğrusu için.

Murat: Resmi sitesine bakarım, yani NASA ile ilgili ise NASA’nın resmi sitesine ve direk onların açıklamasına bakarım. Onlar nasılsa öyle paylaşır. Bazen onlar da doğrusunu paylaşmaya biliyor. Ama yine de resmi siteler daha güvenli. Sorgularım yani.

Çınar: Sitenin özellikle güvenilir olması önemli. Yeşil tik olması gerekiyor. Bu da resmi sayfa yani. Onaylanması gerekiyor. Yani resmi sayfası olması gerekiyor. Yorumunu yapan tecrübeli ise ona bakarım

Tablo 4.13’de görüldüğü gibi, eylem planları uygulama sonrası yapılan görüşmelerde öğrencilerin medya ürünü ile karşılaştığındaki düşünceleri ve yorumlarına baktığımızda öğrencilerin tamamı kullanılan teknikler (dil, görünüş, başlık, içerik) şeklinde cevaplar verdiği görülmektedir. Uygulama öncesi medya ürünü ile karşılaştığındaki düşünce ve yorumlamasına ilişkin öğrenci görüşlerine baktığımızda kısa cevaplar verdikleri ve öğrencilerin yarısından fazlasının “bilmiyorum” şeklinde cevap verdikleri ya da herhangi bir açıklama yapmadıkları görülmektedir. Uygulama sonrası yapılan görüşmelerde öğrencilerin uzun açıklamalar yaptığı ve öğrencilerin tamamı medya ürünlerin de kullanılan görsel, dil ve içeriklere vurgu yaptıkları görülmektedir. Öğrencilerden Çınar “Kullanılan görseller, yazılar, bilgiler, bu bilgilerin sunuş şekli, yazıların yazılma amacı” şeklinde görüşünü bildirmiştir. Öğrencilerin medya ürünü ile karşılaştığındaki düşünce ve yorumlarından örnekler şöyledir:

Ali: Mesela indirimde girdiğinde sarı ve turuncu renklerin kullanıldığı dikkatimi çekiyor. Çünkü anlamları var. Kullanılan dil reklam mesela reklam yapacaklarsa biraz daha sesi kalın bir seslendirme kullanıyorlar. Kullanılan üslup dikkatimi çekiyor. Kullanılan müzikle. Bizi etkilemek için neler kullanmışlar diye düşünüyorum.

Gülnur: Medya mesajında kullanılan üslup, mesajın amacı dikkatimi çekiyor.

Elif: Renkler, dil, gönderme amacı bizi etkilemek için müzikler... Göz boyamaya çalışıyorlar diye düşünüyorum.

Eda: Görüntü, içerik dikkatimi çeker. Beni nasıl etkilemeye çalışıyorlar diye düşünürüm.

Eylül: Mesajdaki düşünceleri dikkatimi çeker, üslubu, müzikleri, ünlüler dikkatimi çeker.

Özlem: Haberin görünüşü, başlığı dikkatimi çeker. Bunlar beni düşündürür.

Beren: Bazı cümleleri çok abartılıyor. Bir yiyecek ürününde neler var abartarak veriyorlar dikkatimi çeker.

İrmak: Mesela dili dikkatimi çekiyor, medyanın dili çekiciliği geliyor. Olayların alt yapısı ne olabilir aklıma geliyor. Yalan olabilir. Size gösterilen olayın arka planında bambaşka bir şey olabilir. Sadece olay görüldüğü gibi değildir diye düşünüyorum.

Tablo 4.13’de görüldüğü gibi eylem planları uygulama sonrası yapılan görüşmelerde öğrencilerin medya mesajının amacını anlamaya ilişkin görüşlerine baktığımızda “Hangi amaçla sunulmuş, kullanılan dil, anlatılmak istediğine, kullanılan görsellere bakarım” şeklinde ifade ettikleri görülmektedir. Uygulama öncesi yapılan görüşmelerde medya mesajının amacını anlamaya yönelik görüşlerine verilen cevaplara baktığımızda kısa

cevaplar vererek “Bilmiyorum, doğru bilgi vermesine” şeklinde cevap vermişlerdir. Fakat doğru bilgi derken ne demek istediğini açıklamamışlardır. Uygulama sonrası öğrenci görüşlerine baktığımızda her öğrencinin uzun cevaplar verdiğini, hangi amaçla sunulduğuna baktığına, mesajda kullanılan dile bakarak mesajın amacını anlatmak istediğine şeklinde cevap vermişlerdir. Öğrencilerden Irmak “Aslında her şey belli ediyor. Mesela bir ürün satacak ona göre ünlü kullanıyor, resim kullanıyor. O zaman diyorum ki satış yapacak. Ya da bilim insanları diyor mesela, bilim adamları diyor sanki öyle deyince inanacaktım gibi anlıyorum amacını”. Uygulama öncesi medya mesajının amacını anlamaya yönelik ayrımlar yapılmaz iken uygulama sonrası mesajın hangi amaçla sunulduğuna dair ayrımlar yapıldığı görülmektedir. Öğrencilerin medya mesajının amacını anlamaya yönelik görüşleri şöyledir:

Beren: İletmek istediğini amaç kullanılan dilden, hikâyeden verilmek istediği mesajdan çıkıyor.

Hangi amaçla verildiğinden mesela reklamsa diyorum ki amacı satış yapmak

Özlem: Haberin içeriğine bakıyorum, bizi nasıl etkilemeye çalışmış. Marka ise reklam amaçlı olduğunu anlıyorum. Görsellerde nasıl renkler kullanılmış. Hangi dil kullanılmış övüyor mu falan.

Çiğdem: Aslında mesaja göre değişiyor. Reklam mesajı mı, bilgi mesajımı ona göre değişiyor.

Emre: Dikkat çekmek için kullanılan ve görüntülerden anlarım.

Gülnur: Çoğu zaman belli oluyor. Yorumlar yapıyorlar mesela ondan bir tık anlıyorsun hangi amaçla yapıldığına.

Ali: Kullanılan fotoğraflar, anlatılan konu falan oradan birleştiriyorsun anlıyorsun.

Tablo 4.13’de görüldüğü gibi eylem planları uygulama sonrası yapılan görüşmelerde öğrenciler üzerlerinde etki bırakan eğitim videoları, başarı hikâyeleri, motivasyon videoları, bilgilendirme videoları olduğunu söylemişlerdir. Uygulama öncesi yapılan görüşmelerde ise daha çok “Oldu, olmadı” şeklinde cevap verdikleri, açıklama yapamadıkları görülmektedir. Uygulama sonrası öğrenci görüşlerine baktığımızda her öğrencinin uzun cevaplar verdiğini, üzerinde etki bırakan mesajların ne tür mesajlar olduğunun ayrımları yapıldığı ve genel olarak olumlu mesajlar örnek verdikleri görülmektedir. Öğrencilerden Beren “Oluyor, motive etme videosu vardı. Mantıklı ve bilimsel konuştu. Baya dikkatimi çekti ve etkiledi.” demiştir. Uygulama öncesi etki eden medya mesajına yönelik örnekler ile açıklama yapılmaz iken uygulama sonrası örnekler ile açıklama yaparak cevap verdikleri görülmektedir. Öğrencilerin üzerinde etki bırakan medya mesajına ilişkin yönelik görüşleri şöyledir:

Hakan: Oldu. Derslerle alakalı, nasıl ders çalışılır. Motive edici oluyor. Özgüvenli hissettiriyor.

Elif: Evet. Sekizinci sınıfa başladığımda motivasyon videosu izlemiştim o beni etkiledi. Birde bir video vardı Atatürk'ün öğretmen olmak ile ilgili bir deyişiyle birlikte etkilendim. Sonra öğretmen olmak istedim. Hayalimde öğretmen olmak istedim o beni etkiledi.

Eda: Youtube da ders çalışma videoları var. Onlar benim motivasyonumu etkiliyor.

Eylül: Daha çok eğitim videoları gibi videolar beni etkiliyor.

Irmak: Atatürk reklamlarda verince çok etkili oluyor. Mesela ders için tarihle ilgili bir video izliyorum beni etkiliyor.

Murat. Mesela oyun videoları, oyun reklamları çıkınca hemen almak istiyorum.

Çınar: Mesela izlediğim bir maç sonrası yorumlar, bir mesaj ya da tavsiye beni etkileyebiliyor.

Ezgi. Mesela İlayda Çavdar adında LGS birincisi vardı. Bir youtube kanalı var. Videosunda bize kaynak öneriyordu bende buradan görüp iki tane kaynak aldım.

Tablo 4.13'de görüldüğü gibi eylem planları uygulama sonrası yapılan görüşmelerde öğrencilerin bakış açını değiştiren medya mesajına ilişkin görüşlerine baktığımızda “Oldu, olmadı, ders çalışma ile ilgili, yardım konusu, haberler, bilgilendirme” şeklinde cevap verdikleri görülmektedir. Uygulama öncesi yapılan görüşmelerde bakış açını değiştiren medya mesajına yönelik görüşlerine verilen cevaplara baktığımızda kısa cevaplar vererek “Oldu, olmadı” şeklinde görüş cevapladıkları görülmektedir. Uygulama sonrası öğrenci görüşlerine baktığımızda her öğrencinin uzun cevaplar verdiğini bakış açısını değiştiren medya mesajlarının hangi yönü ile onları etkilediklerine dair açıklama yaparak cevap verdikleri görülmektedir. Öğrencilerden Çınar “Bazen ülkelere yardım ile ilgili mesajlar veriyorlar onları görüyorum. Bu tür yardımlar dikkatimi çekiyor. Duyarlılık oluşuyor. Açlıkla ilgili mesela bakış açım değişebiliyor.” Öğrencilerin bakış açını değiştiren medya mesajına yönelik görüşleri şöyledir:

Ezgi: Evet bir tane film izledim. Portal şeklinde, film hakkında, genelde felsefi düşüncelere yönelik ve video filmler hakkında düşüncelerim değişti, daha derin bir şekilde düşüncelerimi analiz ettim, filmi daha derin anladım.

Elif: Az öncede söyledim, Atatürk örneği öğretmenlik ile ilgili bakış açımı değişti.

Gülnur: Evet olmuştu. Whatsapp hakkında mesaj çıktı. Herkes Whatsapp kullanmayı bıraktı. O zaman olmuştu.

Beren: Bahsettiğim motivasyon videoları beni etkiledi ama çok bakış açımı değiştirmedim.

Ali: Yani etkilediği oluyor ama bakış açımı değiştiren mesaj olmadı.

Çiğdem: Mesela haberler olabiliyor. Aslında her konuda olabiliyor. Ama mesela bir haber vardı.

Ülkelerin savaşı ile ilgili benim bakış açımı değiştirmişti.

Hakan: Oldu ders çalışma ile ilgili videoları izleyince bende yapabiliyim dedim.

Eda: Bilgilendirici videolar benim bakış açımı değiştirebiliyorlar.

Tablo 4.13’de görüldüğü gibi eylem planları uygulama sonrası yapılan görüşmelerde öğrencilerin medyada aldığı mesajlarının kararlarını etkilemesine ilişkin görüşlerine baktığımızda olumlu da etkiliyor olumsuz da, motivasyon sağlıyor, siyasi haberler şeklinde cevap verdikleri görülmektedir. Uygulama öncesi yapılan görüşmelerde medyada aldığı mesajlarının kararlarını etkilemesine yönelik görüşlerine verilen cevaplara baktığımızda kısa cevaplar vererek etkiliyor, etkilemiyor, bilmiyorum şeklinde cevapladıkları görülmektedir. Uygulama sonrası öğrenci görüşlerine baktığımızda her öğrencinin uzun cevaplar verdiğini, olumlu ve olumsuz şeklinde ayırım yaptıkları ve örnekler ile açıkladıkları görülmektedir. Öğrencilerin medyada aldığı mesajlarının kararlarını etkilemesine yönelik görüşleri şöyledir:

Deniz su: mesela bazı konularda bilgim oluyor sonra internette araştırma yapıyorum ki yanlış düşündüğümü anlıyorum. Kararımı değiştirebiliyorum.

Emre: Çok ilgimi çektiyse, bilimsel bir şey ise kararımı değiştirebiliyorum. Ama bazen bu olumsuzda etkileyebiliyor.

Ezgi: Mesela kitap alış veriş yapacağım, sosyal medyada bu ürünleri almış birinin ürüne eline geldiğinde beğenmemiş, sevmemiş ve eleştiriyor bende bu kitabı okumak istemiştım ama almadım. Burada benim kararımı olumsuz etkiledi. Ama bazen tam tersi de olabiliyor. Sosyal medyada görüyorum almaya karar veriyorum.

Çiğdem: Motivasyon videoları ders çalışmam için karar vermeme yardımcı oldu.

Irmak: Etkiliyor. Mesela eğitim yönünde etkiliyor. Mesela mezun doktorlar örneğin. İşin stratejilerini biliyorlar medyada herkes görüyor. Beslenme ile ilgili oradan görüp etkilenebiliyorum.

Murat: Haberler bir ülke ile ilgili kararımı değiştirebiliyor. Savaş haberleri örneğin.

Çınar: Kimileri motive ediyor, kimileri siyasi oluyor, spor ile ilgili motive ediyor. Özellikle spor ile ilgili kararımı etkiledi.

Beren: Bahsettiğim motive videolarını izledikten sonra daha çok masa başına oturdum, ders çalıştım. Beni olumlu etkiledi.

Tablo 4.3’de görüldüğü gibi eylem planları uygulama sonrası yapılan görüşmelerde öğrencilerin aynı mesajı farklı medyalarda görmenin etkilerine ilişkin görüşlerine baktığımızda “Daha çok duyuya hitap ediyor, inandırıcı oluyor, etkilemiyor” şeklinde cevap verdikleri görülmektedir. Uygulama öncesi yapılan görüşmelerde aynı mesajı farklı medyalarda görmenin etkilerine yönelik görüşlerine verilen cevaplara baktığımızda “Etkilemiyor, belki etkiledi” şeklinde kısa cevaplar verdikleri görülmektedir. Uygulama sonrası öğrenci görüşlerine baktığımızda her öğrencinin neden etkilediğinin ayrımlarını

yaparak cevap verdikleri görülmektedir. Öğrencilerin aynı mesajı farklı medyalarda görmenin etkilerine yönelik görüşleri şöyledir:

Gölnur: Etki bırakıyor. Yani sadece radyoda duysan unutursun. Mesela televizyonda, internette bir de görseller veriyorlar daha çok aklında kalıyor. Aynı mesajı birçok yer veriyorsa insan kaygılanıyor birde.

Beren: Yaratıyor. Mesela internette gördüğün görüntülerle hem yazı hem görüntü etkiliyor. Satış yapacak resimler, müzik falan etki bırakıyor. Mesela bir sloganı duyunca hemen aklımıza o marka geliyor.

Çınar: Beni pek etkilemiyor. Bir tek haberlerde öğrendiklerim okuduklarım etkili oluyor. Radyo, Televizyon beni çok ikna etmiyor.

Murat: Evet etki bırakıyor. Mesela radyo daha az televizyon daha fazla etkili oluyor. Çünkü televizyon görüntüleri veriyor, anlatıyor daha inandırıcı oluyor. Ama internetten de aynı haberin farklı yorumlarına bakıyorsun.

Özlem: Televizyonda görsel olarak görmek daha kalıcı oluyor.

Emre: Daha çok yerde görmek daha kalıcı oluyor.

Elif: Evet birden fazla yerde görmek kanıtlanabilirlik açısından etkili oluyor.

Bu araştırmada analiz ve değerlendirme becerisine yönelik yapılan uygulamalardan sonra öğrencilerin becerisinin pekiştirmek amacı ile uzman görüşü alınarak çalışma kâğıdı hazırlanmıştır. Hazırlanan çalışma kâğıdı çevrim içi olarak uygulanmıştır. Çalışma kâğıtlarında bilginin güvenliği, korunması ve yaygınlaştırılmasında kullanılan tekniklerin pekiştirilmesine yönelik 5N1K yöntemine yer verilmiştir. Ayrıca eylem planında yer alan dijital ayak izi gibi kavramların pekişmesine yönelik çalışmalara yer verilmiştir. Öğrencilerin bir bölümü çalışma kâğıdını Google Classroom üzerinde pdf olarak göndermiş, pdf olarak gönderemeyen öğrenciler ise çalışma kâğıdının fotoğraflarını Whatsapp üzerinden Öğretmen ya ulaştırmıştır. Çalışma kâğıtları incelendiğinde öğrencilerin medyada sunulan ürünü çözümleyebilmek için 5N1K yönteminde kullanılan sorulardan bu iletide hangi bakış açıları, görüşler, yaşam stilleri ön plana çıkarılmışken hangileri göz ardı edilmiş olabilir sorusunda öğrencileri yeterli cevapları veremediği görülmüştür. Öğretmen bu eksikliği gidermek için bir sonraki becerilerin geliştirilmesi sürecinde çalışılmalar yapmaya devam etmiştir. Bu durum ders planlarında daha fazla üzerinde durulması gereken bir durum olduğunu göstermiştir. Çalışma kâğıdı örneği Görsel 4.6'da sunulmuştur.

ANALİZ VE DEĞERLENDİRME BECERİSİNE YÖNELİK ÇALIŞMA YAPRAĞI

ADI:

SOY:

2. SEVGİLİ ÖĞRENCİLERİM AŞAĞIYA DERSİMİZDE İŞLEDİĞİMİZ ŞEKİLDE HABER DOĞRULAMA SİTELERİNDEN DOĞRULUĞU ANALİZ EDİLMİŞ 2 TANE HABERİ YAZINIZ.

1. HABER :

a)Haberini doğruladığın sitenin adı nedir?

Doğrulama.org

b) Haberin adı:

Putin'in Rusya'da içki satışını 11 gün yasakladığı iddiası

c) Haberde olan yanlış nedir?

Herhangi bir alkol yasağı olmamamsı haberdeki yanlıştır.

d) Haber niçin yanlış yapılmış olabilir?

Daha fazla tıklanma ve prim için.

e)Doğrusu ile farklılıkları nasıldır?

Doğrusu ise Rusya'da bazı lokal içki kısıtlamalarının var olmasıdır.

f)Haber nerelerde

yayınlanmıştır? Ünlü internet siteleri ve twitterda.

g) Haberi doğrulama sürecinde nasıl bir çalışma yürütülmüş?

Araştırma yapılmış ve açıklama beklenilmiştir.

h) Haber ne zaman yayınlanmıştır?

23 Nisan 2021 tarihinde.

2. HABER :

a)Haberini doğruladığın sitenin adı nedir?

Doğrulama.org

b) Haberin adı:

2013 tarihli koronavirüsle ilgili habere dair iddia

c) Haberde olan yanlış nedir?

Haberde bahsedilen koronavirüs Suudi Arabistan'dan yayılan MERS-CoV ve MERS, Ortadoğu, Afrika ve Güney Asya'daki ülkelerde görüldü. Tüm dünyaya yayılmadığı gibi Türkiye'de de vaka görülmüştür.

d) Haber niçin yanlış yapılmış olabilir?

Prim ve ilgi için.

e)Doğrusu ile farklılıkları nasıldır?

f)Haber nerelerde

yayınlanmıştır? Gazete ve twitter.

g) Haberi doğrulama sürecinde nasıl bir çalışma yürütülmüş?

h) Haber ne zaman yayınlanmıştır?

Haber Kasım 2013'te yayınlanmıştır.

Görsel 4.6. Paylaşılan Analiz ve Değerlendirme Becerisi Etkinlik Örnekleri

C. Haberin içeriğinde farklı söylemler yer almakta mıdır? Neden bu söylemleri kullanmış olabilirler?

1.Haberdeki söylemler "Bu daha başlangıç" ifadeleri kullananan beşiktaş direktörünün röportajı bulunmaktadır.

2.Haberdeki söylemler En sonda Beşiktaşın yediği tek gölü anlatmaktadır

D. Haberde hangi ikna tekniklerini kullanmıştır?

1. Haberde kullanılan ikna teknikler Resimler ve üslup

2. Haberde kullanılan ikna teknikler Resim yerine videoların çoğunlukta bulunması ve biraz beşiktaş ezi görünümü vermesi

3.Bir haberi farklı şekillerde ele alan iki gazeteyi karşılaştırarak analiz ve değerlendirmesini yapınız. Analiz ve değerlendirmeyi yaparken şu başlıklar altında yapmalısınız:

A) Haberin konusunu nedir?

.Beşiktaş 2020-2021 Süper Lig şampiyonluğu

B)Haberde kullanılan fotoğraf/fotoğrafların farklılıkları nelerdir? Neden farklı fotoğraf/fotoğraflar kullanılmış olabilir

İlk haberde oyuncuların kazanmanın gururunu yaşadıkları bir fotoğraf olmasına karşın 2.haberde oyuncuların kazandıkları için gözyaşlarını tutamadıkları bir fotoğraf bulunmaktadır

E. 5N1K soruları

1. Bu ileti (mesaj, metin) kim/ kimler tarafından oluşturuldu?

....Afşin Yakuboğlu ve Ümit avcı

2. Dikkatimi çekmek için hangi teknikler kullanmıştır?

....Dediğim gibi daha göze çarpan resimler

3. Başkaları burada anlatılanı nasıl anlamış olabilirler?

1.Haberde beşiktaşın çok güçlü ve yenilmez olduğunu düşünür okuyucu ama

2.haberde daha kolay bir imaj çizildiğinden çok güçlü görüldüğünü düşünmez okuyucu

4. Bu iletide hangi bakış açıları, görüşler, yaşam stilleri ön plana çıkartılmışken hangileri göz ardı edilmiş olabilir?

5. Bu ileti ile neler amaçlanıyor?

İnsanlara bilgi vermek fakat bunu yaparken medyanın çekiciliği ve başlıklar yardımıyla belirli bir imaj çizmek

Görsel 4.6. (Devam) Paylaşılan Analiz ve Değerlendirme Becerisi Etkinlik Örnekleri

Görsel 4.6'da öğrencilerin analiz ve değerlendirme becerisi için yapmış oldukları etkinlikte kaynak sorgulamak için neler yapmasına yönelik, kaynağı hangi siteden sorguladığını, kaynağın doğruluğuna yönelik ne tür araştırmalar yaptığını yansıtmışlardır. Bu boyutla öğrenciler de analiz ve değerlendirme becerisine yönelik kaynağın doğruluğu, bakış açısına eleştirel bakma gibi gelişimlerin olduğu görülmektedir.

1. Aşağıdaki karikatürde boş bırakılan diyaloglara uygun ifadeleri yazınız.



2. Aşağıdaki karikatürde boş bırakılan diyaloglara uygun ifadeleri yazınız.



Görsel 4.6. (Devam) Paylaşılan Analiz ve Değerlendirme Becerisi Etkinlik Örnekleri

Görsel 4.6'da öğrencilerin analiz ve değerlendirme becerisi için yapmış oldukları etkinlikte aynı haberin sunumunda kullanılan dilin farklı kullanılmasının oluşturabileceği etkiye yönelik karşılaştırma yaparak yansıtmışlardır. Medyada temsiliyetin haberin kimi temsil ettiğine, kullanılan başlığa yönelik ifadelerde bulunmuşlardır. Ayrıca dijital ayak izi, kişisel bilgilerin korunması gibi boyutlara değinildiği görülmektedir. Bu boyutla öğrenciler de analiz ve değerlendirme becerisine yönelik içerik analizi yaparak, kullanılan yönteme ilişkin gelişmelerin olduğu görülmektedir. Sonuç olarak öğrencilerin analiz ve değerlendirme becerisindeki medya ürünlerinde dikkat çeken noktalar, medya mesajının amacını anlama, medya mesajının etkilerine yönelikler eksiklikler eylem planları ile medya kaynak sorgulama, kullanılan dil, görseller ikna teknikleri gibi boyutlarında geliştirilmiştir.

4.1.4. Üretim Becerisi

Öğrencilerin medya okuryazarlığı becerisinin alt becerisi olan Üretim Becerisine Yönelik Bulgular, Öğrencilerin Üretim Becerisi Mevcut Durum, Üretim Becerisi Eylem Planları ve Öğrencilerin Üretim Becerisindeki Gelişmeler başlıklarında verilmiştir.

4.4.1. Öğrencilerin Üretim Becerisi Mevcut durum ve Eksiklikler

Öğrencilerin üretim becerisini geliştirmek için uygulama öncesi mevcut durum ön görüşmeler ile belirlenmiştir. Bu amaçla öğrencilere “Sen hiçbir medya ürünü oluşturdu mu? Ne tür medya içerikleri oluşturuyorsun?” “Bu medya ürünlerini oluştururken neler amaçlıyorsun?” “Medya ürünü oluştururken nelere dikkat ediyorsun?”, “Medya ürünü oluştururken hangi araçlar/kaynaklardan yararlanıyorsun?”, “Medya ürününü oluştururken neyi hedefleyerek üretiyorsun? Amacın: eğlence mi? Bilgilendirmek mi? ikna etmek mi?”, soruları sorulmuştur. Bu sorular ile öğrencinin üretim becerisine yönelik mevcut durumu anlaşılmasına çalışılmıştır. Öğrencilerle yapılan yarı-yapılandırılmış görüşme sonrası öğrencilerin üretim becerisi konusundaki görüşleri Tablo 4.14’de verilmiştir.

Tablo 4.14. Öğrencilerin Üretim Becerisine İlişkin Görüşleri (Mevcut durum)

Temalar	Mevcut Durum (Ön Görüşmeler)	F
Oluşturulan medya ürününde amaç (içerik)	Oluşturmadım	15
	Bilmiyorum	4
	Bilgilendirme	4
	Eğlenmek	1
	İnstagrama post attım	1
Oluşturulan medya ürününde dikkat edilen nokta	Oluşturmadım	15
	Bilgilendirme	3
	Kaliteli olması	2

Tablo 4.14. (Devam) *Öğrencilerin Üretim Becerisine İlişkin Görüşleri (Mevcut durum)*

Medya ürünü oluşturma sürecinde yararlanılan araçlar/kaynaklar	Oluşturmadım	13
	İnternette	4
	İnstagram	2
	Telefon	1

Tablo 4.14’de görüldüğü gibi, eylem planları uygulaması öncesi yapılan ön görüşmelerde öğrenciler sorulara daha çok kısa yanıtlar vermiş açıklama yapamamışlardır. Öğrencilerin uygulama öncesi oluşturulan medya ürünüde amaçlarına (içerik) ilişkin görüşlerine baktığımızda “Oluşturmadım, bilmiyorum, oluşturdum, İnstagrama post attım” şeklinde ifade ettikleri görülmektedir. Tablo 4.14’de görüldüğü gibi öğrencilerin medya ürünü ve içeriği ile ilgili oluşturmadığını ve bilmediğini ifade ettikleri görülmektedir. Öğrencilerin medya ürünü ve içeriklerine ilişkin yönelik görüşleri şöyledir:

- Irmak: Oluşturmadım
Elif: Oluşturmadım.
Özlem: Oluşturdum. Okul gazetesi çıkardık.
Ezgi: Evet oluşturdum. İntagrama post attım.
Ali: Bilmiyorum.

Tablo 4.14’de görüldüğü gibi eylem planları uygulaması öncesi yapılan ön görüşmelerde öğrenciler sorulara daha çok kısa yanıtlar vermiş açıklama yapamamışlardır. Öğrencilerin uygulama öncesi oluşturulan medya ürünüde dikkat edilen noktalara ilişkin görüşlerine baktığımızda “Oluşturmadım, bilgilendirme, kaliteli olmasına” şeklinde ifade ettikleri görülmektedir. Öğrencilerin oluşturulan medya ürünüde dikkat edilen noktalara ilişkin görüşleri şöyledir:

- Melek: Oluşturmadım
Emre: Oluşturmadım
Irmak: Bilgilendirici olmasına dikkat ederim.

Tablo 4.14’de görüldüğü gibi eylem planları uygulaması öncesi yapılan ön görüşmelerde öğrenciler sorulara daha çok kısa yanıtlar vermiş açıklama yapamamışlardır. Öğrencilerin uygulama öncesi medya ürünü oluşturma sürecinde yararlanılan araçlar/kaynaklara ilişkin görüşlerine baktığımızda oluşturmadım, internette, instagram, telefon şeklinde ifade ettikleri görülmektedir. Öğrencilerin yarısından fazlası oluşturmadım

şeklinde cevap verdiği görülmektedir. Öğrencilerin medya ürünü oluşturma sürecinde yararlanan araçlar/kaynaklara ilişkin görüşleri şöyledir:

Eda: Oluşturmadım.

Özlem: İnternette yararlandım.

Asya: Oluşturmadım

Eylem uygulaması öncesi mevcut durumu tespit etmek amacıyla yapılan ön görüşmelerde öğrencilerin medya okuryazarlığının alt becerisi olan üretim becerisinde ihtiyaçları doğrultusunda medya ürünü oluşturma sürecinde internet kanunu, özel hayatın gizliliği, kişisel verilerin korunması, telif hakkı gibi yasal haklar ile ilgili eksiklerin olduğu ve bazı sorularda çelişkili cevaplar verildiği görülmektedir.

4.1.4.2. Üretim becerisi eylem planları

Üretim becerisine yönelik mevcut durum belirleme çalışmaları sonucunda öğrencilerin üretim becerisini geliştirmeye ihtiyacın olduğu ortaya çıkmıştır. Beceriye geliştirmek amacı ile “Dijital teknolojilerin üretim, dağıtım ve tüketim alanında meydana getirdiği değişimleri analiz eder.” kazanımına yönelik ders planı hazırlanarak uzman görüşüne sunulmuştur. Uzman görüşü alınarak 21.05.2021 tarihinde çevrim içi (online) olarak uygulanmıştır. Üretim becerisini geliştirmeye yönelik bu derste bireyin üretim yapma sürecinde internet kanunu, özel hayatın gizliliği, kişisel bilgilerin güvenliği, telif hakları, yasal haklar ve etik ilkelere uygun hareket etme kavramları üzerinde durulmuştur. Bu bağlamda derslerde kullanılan kavramlara yönelik uzman görüşü alınarak üretim becerisini kullanmaya yönelik sınıf gazetesi ve proje ödevi yapılmasına karar verilmiştir. Üretim becerisini geliştirmeye yönelik yedinci ve sekizinci eylem planı Tablo 4.15’de gösterilmiştir.

Tablo 4.15. Üretim Becerisine İlişkin Yedinci ve Sekizinci Eylem Planı

Dersin adı	Sosyal Bilgiler
Sınıf	7B
Süre	30+30
Öğrenme Alanı	Üretim, Dağıtım ve Tüketim
Konu	Sanal Çarşımız
Kazanımları	SB.7.5.6. Dijital teknolojilerin üretim, dağıtım ve tüketim alanında meydana getirdiği değişimleri analiz eder.
Yöntem ve Teknikler	Sunuş yolu, Buluş Yolu, Anlatım tekniği, Soru- cevap yöntemi,
	I.GİRİŞ
Dikkati Çekme	Öğretmen “Üreten tüketiciler” sorusunu sorar. Bu söz ile ne söylenmek istendiği sorusu sorulur.

Tablo 4.15. (Devam) *Üretim Becerisine İlişkin Yedinci ve Sekizinci Eylem Planı*

Güdüleme	Bu dersimizde “Üreten Tüketiciler” ne anlama geldiğini kavramış olacağız.
Gözden Geçirme	Bilinçli bir medya kullanıcısı olarak medya üretimi yapılırken nelere dikkat edilmesi gerekiyor öğreneceğiz.
Derse Geçiş	Ünitemizi dikkate alarak teknoloji ve değişim size neyi ifade ediyor?

II. GELİŞTİRME

Öğretmen daha önce hazırladığı örnek olayı ekrana yansıtır ve örnek olaydaki diyalogları öğrencilere rol vererek okutur. Bu örnek olay üzerinde ders sürecini devam ettirir. Örnek olay:

Elif Hanım bir masal kitabı yazar, yazdığı kitabı e-kitaba dönüştürerek aile bütçesine katkıda bulunmak ister. Bu fikrini eşi ve kızı ile paylaşır.

Kızı: Dijital Teknolojiyi kullanarak e-ticaret üzerinden kitabımın satışını yapabileceğini söyler.

Baba: Medya araçlarından yararlanarak kitabımı medya ürünü haline getirebileceğiniz söyler.

Anne: Peki biz kitabın beğenilip beğenilmediğini nasıl öğreneceğiz?

Kızı: İnsanlar ifade özgürlüğünü kullanarak senin kitabın ile ilgili yorumlarını yapabilirler.

Anne: Okurlar kitabın bana ait olduğunu nasıl bilecekler.

Kızı: Kitabın üzerinde senin adın yer alacak, telif hakkının sahibi de sen olacaksın.

Baba: Medya üretiminde etik olan da budur.

Anne: E-ticaret üzerinden üretim yapmak çok kolaymış.

Baba: Kolaylığı ile birlikte e-ticaret üzerinden üretim yapmak bize bazı sorumlulukları da getirmektedir. Örneğin e-ticaret üzerinden üretim yaparken kendimize karşı sorumluluklarımız ayrı başkalarına karşı sorumluluklarımız ayrıdır.

Anne: Teknoloji ile birlikte tüketimde de değişim olmuştur. Önceden bir kırtasiyeden kitap alırken günümüzde dijital ortamda e-ticaret ile kitap alıyoruz.

Kızı: E-ticaretin sağladığı avantajlar vardır.

Baba: Evet ama e-ticaretin insanların yol açtığı dezavantajları da vardır.

Öğretmenin hazırlamış olduğu örnek olaya bağlı olarak öğrencilere şu sorular sorulmuş:

- Kızın söylediği e-ticaret ne anlama gelmektedir?
- Babanın bahsettiği medya ürünü sizce ne olabilir?
- Kızı, ifade özgürlüğü ile neyi kast etmektedir?
- Kızı, telif hakkı derken ne demek istemiştir?
- Babanın söylediği medyada etik davranışlar nelerdir?
- Babanın söylediği kendimize karşı sorumluluğumuz ne olabilir? Başkalarına karşı sorumluluğumuz ne olabilir?
- Kızının söylediği e-ticaretin avantajları neler olabilir?
- Babanın söylediği e-ticaretin dezavantajları neler olabilir?

Öğretmen e-ticaretin zararlarını hazırlamış olduğu slaytan yolu ile çıkarımını yartırır .

Öğretmen dijital teknolojilerin üretim, dağıtım ve tüketim ağında meydana getirdiği değişimler üzerine

sınıf olarak bir gazete çıkarılacağını söyler.

Öğretmen gazete hazırlık sürecinde rehberlik edeceğini ifade eder.

Öğretmen rehberliğini çevrim içi dersler ile yapacağını ve gazetenin dijital olarak çıkarılacağını ifade eder. Çevrim içi derslerde gazete çıkarımında nelere dikkat edileceği, nasıl bir süreç izleneceği, kimlerin hangi medya ürünü çıkaracağı birlikte karar verilecektir.

Bunun için kurulan Whatsapp grubu üzerinden bilgi alış veriş yapılabileceği söylenilecektir.

Çıkarılacak olan gazetede nelere dikkat edilecek, nasıl bir süreç izlenecek öğrenciye whatsapp grubu üzerinden yönerge olarak iletilecektir.

Yönergenin bilgilendirmesi öğrenciye verilecektir.

III. SONUÇ

Ölçme ve Dersin sonunda öğretmen buluş yolu yöntemi ile öğrencilere sorular sorarak:

Değerlendirme Medyanın üretim tüketim ve dağıtım üzerindeki etkisi çıkarımını yaptırır.

Alıştırma/Ödev Dijital teknolojilerin üretim, dağıtım ve tüketim alanında meydana getirdiği değişimler üzerine sınıf gazetesi çıkarılacak ve proje ödevi hazırlanacaktır.

Ders planda belirtildiği şekilde işlenmiştir. Bu plan kapsamında üretim becerisini geliştirmek için gerekli olan internet kanunu, özel hayatın gizliliği, kişisel bilgilerin güvenliği, telif hakları, yasal haklar ve etik ilkelere uygun hareket etme gibi temel kavram ve ilkeler kazandırılmaya çalışılmıştır. Öğrencilere “Üreten tüketiciler nedir? Sorusu sorulmuş bu sorunun anlamı üzerinde günümüzde üretimin ve tüketimin nasıl gerçekleştiği çıkarımı yaptırılmıştır. Öğrenciler teknolojinin değişmesi ile birlikte üretimin ve tüketimin değiştiğinin cevabını vermişlerdir. Öğrencilerden Çınar, günümüzde dijital ortama oyunlar üretip satışını yaptıklarını aynı zaman alışveriş yaptıklarını da ifade ederek hem üretici hem tüketici olduklarını ifade etmiştir. Yedinci ve sekizinci eylem planı 21.05.2021 tarihinde Cuma günü saat 11.15’de video ders kayıtlarına bir bölümü şu şekilde yansımıştır:

Öğretmen: Çocuklar “üreten tüketiciler” ne demek?

Elif: Hocam belki çiftçilerdir. Belki hani sanayisi falan. Bize bir şeyler sunacak olan kişiler üretici.

Ezgi: Hocam hem üreten hem tüketen yani mesela sanayide bir şeyler üretiyor. Ama bunları üretmesi için ham maddeyi alması gerekiyor. Yani aynı zamanda tüketiyor da.

Öğretmen: Ham maddeyi alması gerekiyor ve tüketici oluyor. Bununla ilgili fikirleri olan var mı başka üreten tüketiciler ne demek olabilir? Siz şu anda üretici misiniz tüketici misiniz?

Ali: Tüketiciyiz Hocam.

Elif: Ama bir şeyler yaptığımızda üretici oluyoruz.

Öğretmen: Ünitimizi dikkate aldığımızda teknolojinin üretimde daha sonrada tüketimde etkisi ve değişim bize neyi ifade ediyor?

Irmak: Mesela eskiden traktör olmadığında tarlaları ekmek için çok değişik yöntemler falan kullanıyorlarmış. Zorlanıyorlarmış. Günler günler sürüyormuş, bir tarlayı sürmek için.

Ama şimdi teknoloji değişti tarlayı modern traktörler çıktığı için en fazla bir saatlerini alıyor.

Öğretmen: Harikasin! Demek ki artık üretim eskisi gibi değil üretimde de değişiklik oluyor.

Eskiden üretimin yapılması için insanlar fiziksel olarak üretimin yapıldığı yerde olmak zorundaydı. Peki, günümüzde biz olduğumuz yerden de üretim yapabilir miyiz?

İzem: Evet Hocam. Şimdi derslere online girdiğimiz gibi satış yapabiliriz.

Öğretmen: Harikasin, Şimdi tamda bununla ilgili size örnek bir olay yansıtacağım sizlerde okuyacaksınız.

Öğretmen öğrencilere önceden hazırlamış olduğu örnek olayı rol vererek okutmuştur. Örnek olay anne, baba ve kızı ile aralarından geçen bir diyalogdan oluşuyordu. Öğretmen de “Diyalogda yer alan kızın bahsettiği e-ticaret nedir? sorusunu sormuştur. Öğrenciler “Dijital üzerinden ticaret yapmak, ekonomik kazanç sağlamak, ikinci el eşya satın alınması” şeklinde cevap vermişlerdir. Öğrencilerden Gülnur “İnternet üzerinden ekonomiye katkıda bulunmak, almak, satmak” şeklinde cevap vermiştir. Verilen cevaplar video ders kayıtlarına şu şekilde yansımıştır:

Öğretmen: Hikâyemizi okuduk bu hikâye ile ilgili size bir soru soracağım. Buradaki kızın bahsettiği e ticaret nedir? Çocuklar.

Beren: Dijital üzerinden ticaret yapmak kitap çıkarmak, ekonomik kazanç, ekonomilerini sağlamak.

Ali: Aynen, elektronik ticaret yapmak.

Eylül: Dijital ortamdan bir şey almak, satmak falan.

Çınar: İnternette bir şeyler almak, alım satım yapmak.

Öğretmen: İnternette alım satım yapmak e ticaret başka ne olabilir? Aslında sizde söylediniz.

Yani sadece satın almak mı? Yoksa üretim de olur mu?

Ali: Var Hocam. Mesela yaptığın bir şeyi satabilirsin.

Çınar: Hocam mesela sanal olarak oyun satıyorlar hocam. Tasarlayıp satıyorlar da yani.

Eylül: Hocam mesela ikinci el eşyalarda satın alınabiliyor üretim.

Öğretmen: Peki örnek olayımızda babanın söylediği medyada üretim ne anlama geliyor

Emre: Reklamlar

Özlem: Hocam online çizgi filimler reklam örneğin, bilgisayar sürümleri satıyorlar.

Öğretmen öğrencilere üretimde kullanılan multi medya kavramının ne olduğunu sormuştur. Öğrenciler birden fazla elektronik araçların kullanımını, podcastlar şeklinde örnekler vermişlerdi. Öğretmen dijital multi medya kavramının açıklamasını yapmıştır. Verilen cevaplar kayıtlara şu şekilde yansımıştır:

Öğretmen: Bilgisayar sürümleri oyunlar. Mesela çocuklar medya ürünlerinin üretiminde medya işitsel görsel gibi ayrımlar yapılabilir. Dijital multi medya kavramlarına ayrılır. Multi medyayı hiç duydunuz mu çocuklar? Multi medya ne olabilir?

Ali: Duyduk, bekli popdcastler olabilir.
Çınar: Radyo falan olarak biliyorum.
Murat: birden fazla eletronik araçların kullanılması.
Irmak: farklı medya araçlarının kullanılması.

Öğretmen kişisel bilgilerin korunması için özel hayatın gizliliği, ifade özgürlüğü ve medyada ifade özgürlüğü kavramını sormuştur. Öğrenciler “saygı çerçevesinde istediğimizi söyleme, medyada istediğini söylemesi” şeklinde cevaplar verilmiştir. Öğrencilerden Elif “Kendi düşüncemizi söyleyebilme” şeklinde cevap vermiştir. Verilen cevaplar kayıtlara şu şekilde yansımıştır:

Öğretmen: Örnek olayımızda anne kitabımın beğenilip beğenilmeyeceğini nasıl öğreneceğiz diye soruyordu. Kızı ise ifade özgürlüğü var diyor. İfade özgürlüğünden neyi kast etmek istiyor. İfade özgürlüğü ne demek?
Deniz Su: Medyada istediğimizi söyleme özgürlüğü, kelimenin adını unuttum.
Murat: İfade özgürlüğü bence bir kişinin kendini ifade edebilme özgürlüğü bence.
Boran: Hocam bence ifade özgürlüğü birinin istediklerini söyleyebilmesi gibi bir şey. Serbestçe söyleyebilmesi.
Çiğdem: Hocam yani saygı çerçevesinde istediğimizi ifade edebiliriz.
Ali: Ama burada yani kız medyada ifade özgürlüğü beğendiğimizi yazması gibi bir şey söylüyor. Yorumlara bakmamız gibi. Oradan bakıp almamız gibi.
Ezgi: Bir şeyi beğendiğimizi ya da beğenmediğimizi yazmak.
Öğretmen: Peki çocuklarım sizinle yaptığım bir resmi paylaştım. Siz bu resmi paylaşır mısınız?
Eylül: Yani Hocam sizden izinsiz onları paylaşamaz zaten.
Öğretmen: Başka neler paylaşılmaz?
Elif: Özel şeylerimiz, fotoğraflarımız.

Öğretmen örnek olay üzerinden telif hakkı, etik davranma gibi kavramı sorusunu sormuştur. Öğrenciler telif hakkı için “Kitap yazmış ise ona hakkını verme, etik olmaya ise dürüst davranma” şeklinde cevap vermişlerdir. Öğrencilerden Gülnur “Kitabın kullanım hakkını alma” şeklinde cevap vermiştir. Öğretmen etik olma kavramını açıklamıştır. Verilen cevaplar kayıtlara şu şekilde yansımıştır:

Öğretmen: Peki olayda kızı anneye telif hakkını sana verecekler diyor. Bu telif hakkı ne oluyor çocuklar? Telif hakkı ile ne demek istiyor?
Elif: Orada ismi yazıyor yani kitabın üstünde ona ait. Hani korsanı engelleme şeyi ile birlikte hani mesela bu kitap benim diye korsanlar gelip basmasın diye
Öğretmen: Korsanlar alınca ne oluyor?

Elif: Kitabı yazanın hakkını yiyorlar işte. Mesela bir tane kitap çıkarıyorum. Orada benim adımlı yazmadığım zaman onları alıyor ve onları kendileri yazmış gibi gösteriyorlar. Asıl kitap bana ait.

İrmak: Derste söylemişiniz yapan kişiden izin almadan yayımlayamıyoruz.

Öğretmen: Bir diğer soru olaydaki baba medyada üretim yaparken etik davranmak gerekiyor diyordu. Bu etik davranma, etik davranış ne demek istiyor çocuklar?

Ali: Etik davranış dürüst davranış.

Beren: Hocam yani bir tane olay var. Daha çok kendi davranışlarına paylaşmak yerine, dürüst yani doğru bir şekilde paylaşmak.

Öğretmen öğrencilerin e-ticarete üretim yaparken hem kendimize karşı hem de başkalarına karşı bazı sorumluluklarımızın olduğunu söylemiştir. Bunlara dijital sorumluluk dendiğini söylemiş ve sorumlulukların neler olabileceğini sormuştur. Öğrenciler “Kendimize karşı sorumluluklarımız için özel hayatımızı paylaşmamalıyız, yaşımıza uygun siteler olmasına dikkat etmeliyiz” şeklinde cevaplar vermişlerdir. Öğrencilerden Eda “Özel yaşamımızı paylaşmamalıyız, sürekli gittiğimiz yerde bildirim yapmamalıyız” şeklinde cevaplar vermiştir. Karşımızdakine karşı sorumluluklarımız sorusuna öğrenciler “Saygı çerçevesinde yorum yapmalıyız, izin almadan paylaşım yapmamalıyız” şeklinde cevaplar vermişlerdir. Öğrencilerden Hakan “Birine yorum yaparken kullandığımız dile dikkat etmeliyiz” şeklinde cevap vermiştir. Öğrencilerin verdikleri cevaplar şöyledir:

Öğretmen: Çocuklar e-ticarete üretim yaparken hem kendimize karşı hem de başkalarına karşı bazı sorumluluklarımız vardır. Bunlara dijital sorumluluk deniyor. Kendimize karşı sorumluluklarımız neler olabilir?

Elif: Hocam yapacağımız yorumlarda saygı çerçevesi içerisinde kalmalı.

İrmak: Yani hocam aslında şu an nasıl açıklayacağımı düşünmeye çalışacağım. Çok fazla güvenmememiz lazım kendimiz korumalıyız. Ne dediğini yani doğru söylüyor mu pek bilemeyiz. Yalanda söylüyor olabilir. Gerçek hayatta olduğu gibi sanal ortamda arkadaşlık kurarken de dikkatli davranmamız gerekiyor.

Ezgi: Özel hayatımızı paylaşmamız gerekiyor.

Öğretmen: Peki çocuklar üretim yaparken karşımızdakine karşı sorumluluğumuz ne olabilir?

Deniz Su: Mesela hocam başkası o ürünü yaptıysa izin almalıyız.

Ali: Mesela ben bir resim yaptım, benden habersiz kimse paylaşıp satamaz.

Öğretmen: Çocuklar bu internetle sayfaları ile ilgili yine hiç ayırım yapmadan bütün sitelere girebilir miyiz?

Özlem: Hayır hocam güvenli bir site olmasına dikkat etmemiz gerekiyor. Bizim yaş sınırlarımıza uygun olması gerekiyor.

Öğretmen: Harikasın! Güvenilir bir site olmasına, yaşımıza uygun olmasına, harikasın. Elif söyle güzelim.

Elif: Hocam ben şey diyecektim siz bize kısaltma şeyi linkleri öğrettiniz, anlatmıştınız, edu işte kinder gardın, onlardan bakabiliriz. Daha güvenli.
Emre: Hocam direk rast gele paylaşmayız. Dikkat edelim.
Ezgi: Yapacağımız sorumluluklar saygı gerekiyor. Karşımızdaki kişiye hani biraz daha ona yumuşak dile konuşmamız, uygun bir dille yazmamız gerekiyor.
Ali: Hocam hem uygun dille hem de dürüst falan.

Öğretmen sorularına örnek olaydaki diyalog ile devam ederek öğrencilere örnek olayda kızı e-ticaretin sağladığı avantajlar vardır demişti. Baba ise dezavantajları da vardır diyordu. Bunların neler olabileceğinin sorusunu öğrencilere sormuştur. Öğrenciler önce e-ticaretin avantajları için para kazanıyorlar, zamanımız harcanmıyor, birden fazla seçeneğimiz oluyor şeklinde cevaplar vermişlerdir. Öğrenciler dezavantajlarının neler olabileceği sorusuna ise dolandırıcılar olabilir, gösterilen ürün gelmeyebilir, görselde farklı ürün gösterebilirler şeklinde cevap vermişlerdir. Verilen cevaplar kayıtlara şu şekilde yansımıştır:

Öğretmen: Peki üretim dağıtım ve tüketimin bahsederken teknolojinin ve medya üzerinde üretimin bize avantajları ve dezavantajları var mı yok mu? Hikâyemizde kızı e-ticaretin avantajı var diyordu bunlar avantajı olabilir?
Murat: Ekonomi açıdan şey yani para kazanıyorlar.
Hakan: Hocam yorulmadan alışveriş yapıyoruz.
Çiğdem: Hocam seçenek fazla olabiliyor.
Elif: Dijitalden ticaret yapabiliyoruz.
Öğretmen: Çocuklar dezavantajları derken ne demek istiyor?
Eylül: Hocam mesela bir elbise gösteriyorlar yani kadında çok güzel görünüyor. Ama alınca geliyor ki hiç o elbise gibi değil.
Ezgi: Hocam beklendiği gibi değil görüldüğü gibi değil, bambaşka bir şey gelebiliyor.
Murat: Dolandırıcılık, şifrelerin çalınması oluyor Hocam.
Elif: Hocam fotoğraflarımızın bir yere yayılması olabilir.
Eylül: Hocam bir şey söyleyeceğim.
Öğretmen: Söyle Eylül.
Eylül: Hocam şu mesela biz kırk beş liraya bir şey sipariş ettik kapı bir geldi ücreti 70 lira ödemek zorunda kaldık.

Öğretmenin üretim becerisine yönelik yapılan yedinci ve sekizinci ders uygulamasına yönelik görüşlerini günlüğüne yansıtmıştır. Öğrencilerin derse aktif katılımını gözlemlemiştir. Öğrencilerin sorulan sorulara daha gönüllü davrandığı ve görüşlerini rahatça ifade ettiklerini gözlemlemiştir. Yedinci ve sekizinci ders uygulamasına yönelik ve gazete üretimi için Öğretmenin gözlemleri günlüğüne şu şekilde yansımıştır:

Üretim becerisine yönelik uygulamaya gerçekleştirdik. Etkinlik olumlu geçti çocukların katılımı güzeldi. Örnek olaydan yola çıkarak rol oynama tekniğini kullandığımız bu etkinlikte etkinliğin çocukların ilgisinin arttığını gördüm. Uygulamadaki örnek olayı bir gün öncesinden vermişim. Örnek olayda rol alan çocuklar provasını yapmak için akşam sekiz gibi zoom programı açtılar. Benim katılmamı da istediler bende katıldım (Öğretmenin Günlüğü 21 Mayıs 2021).

...Gazete çıkarımı için bu hafta öğrenciler ile whatsapp üzerinde, zoom ile çok sık görüşmeler yaptık. Çocuklar derste gördüğümüz, kaynak gösterme, birinci elden kaynak alıntı yapma, telif hakkı, sayısal verilerden yararlanma, görsel kullanma konusunda başarılılar (Öğretmenin Günlüğü 29 Mayıs 2021)

4.1.4.3 Öğrencilerin üretim becerisindeki gelişmeler

Öğrencilerin üretim becerisi algılarının nasıl geliştiğini anlamak amacıyla eylem planlarının uygulaması sonrasında öğrencilerle görüşmeler yapılmış, gözlem video kayıtları analiz edilmiş, öğrenci ürünleri incelenmiştir. Bu amaçla öğrencilere eylem planları uygulama sonrasında ön görüşmelerde sorulan sorular “Sen hiçbir medya ürünü oluşturdu mu? Ne tür medya içerikleri oluşturuyorsun?” “Bu medya ürünlerini oluştururken neler amaçlıyorsun?” “Medya ürünü oluştururken nelere dikkat ediyorsun?”, “Medya ürünü oluştururken hangi araçlar/kaynaklardan yararlanıyorsun?”, “Medya ürününü oluştururken neyi hedefleyerek üretiyorsun? soruları sorulmuştur. Bu sorular ile öğrencinin üretim becerisine yönelik gelişimi anlaşılmasına çalışılmıştır. Öğrencilerle yapılan yarı-yapılandırılmış görüşme sonrası öğrencilerin üretim becerisindeki görüşleri Tablo 4.16’da verilmiştir.

Tablo 4.16. Öğrencilerin Üretim Becerisinin Gelişimine Yönelik Görüşleri

Temalar	Mevcut Durum (Ön Görüşmeler)	F
Oluşturulan medya ürününde amaç (içerik) ve içerikleri	Bilgilendirmek	18
	Gazete yaptık	10
	Eğlenmek	5
	Poster yaptık	5
	Ödev yaptık	5
	Dikkat çekmek	5
	Afiş hazırladık	3
	Post paylaştım	3
		3

Tablo 4.16. (Devam) *Öğrencilerin Üretim Becerisinin Gelişimine Yönelik Görüşleri*

Oluşturulan medya ürününe dikkat edilen nokta	Üslubuma (dil)	15
	Telif haklarına	10
	Görsellere	10
	Özel paylaşım olmamasına	6
	Uygun olmasına	3
	Başlığa	2
	Haberin kalitesine	1
	Doğru olmasına	1
	Kurallara uymaya	1
Medya ürünü oluşturma sürecinde yararlanılan araçlar/kaynaklar	İnternette	16
	Gazete	5
	Google	5
	Dergi	1
	Youtube	1
	Vikipedia	1
	Değişiyor	1
	Kitap	1

Tablo 4.16’da görüldüğü gibi eylem planları uygulama sonrası yapılan görüşmelerde öğrencilerin oluşturulan medya ürününe ilişkin görüşlerine baktığımızda bilgilendirmek, gazete yaptık, eğlenmek, poster yaptık, ödev yaptık, dikkat çekmek, afiş hazırladık, post paylaştım, oluşturmadım olarak ifade ettikleri görülmektedir. Uygulama öncesi yapılan görüşmelerde medya mesajına yönelik görüşlerine verilen cevaplara baktığımızda kısa cevaplar vererek oluşturmadım, bilmiyorum şeklinde cevaplar verdikleri görülmektedir. Uygulama sonrası öğrenci görüşlerine baktığımızda her öğrencilerin oluşturduğu medyanın içeriğini gazete, bilgi verici, eğlence amaçlı, poster yaptık gibi ayrımların yapıldığı görülmektedir. Öğrencilerden Elif dersimizde gazete yaptık, amacımız bilgilendirmektir, iletişim amaçlı şeklinde ifade etmiştir. Öğrencilerin oluşturulan medya ürünü ve içeriğine yönelik görüşleri şöyledir:

Emre: Oluşturdum, dikkat çekici ve bilgilendiriciydi.

Deniz Su: Oluşturduk, gazete çıkardık. Bilgilendiriciydi, poster yaptık, dikkat çekiciydi, post paylaştım, eğlence.

Beren: Oluşturduk, gazete çıkardık içeriği bilgilendiriciydi. Ödev yaptık, ödevde slogan oluşturduk dikkat çekmek için.

Ali: Derste ödev yaptık, bilgilendiriciydi. Post paylaştım eğlence amaçlı. Yaptığım resmi paylaştım.

Hakan: Yani yetişkinlere göre bir ürün ise onların ilgisini çekecek şeyler paylaşıyorum. Çocuklara göre ise onlara göre paylaşıyorum.

Özlem: Bilgilendirici olmasını amaçlıyorum. Ama konuyu yeterince açıklayıp sıkmadan ama birazda eğlenceli olsun istiyorum.

Eda: bilgilendirmeyi amaçlıyorum, eğlenmeyi.

Beren: İlgî çekici olsun, görüşlerime uygun olsun istiyorum ya da görüşlerimle uyumlu olmasını amaçlıyorum.

Murat: Amacım mizah anlayışı oluşturmak. İzleyicinin keyif almasını sağlamak.

Tablo 4.16’da görüldüğü gibi eylem planları uygulama sonrası yapılan görüşmelerde öğrencilerin oluşturulan medya ürününde dikkat edilen noktaya ilişkin görüşlerine baktığımızda üslubuma(dil),telif haklarına, görsellere, özel paylaşım olmamasına, uygun olmasına, başlığa, haberin kalitesine, doğru olmasına, kurallara uymaya olarak ifade ettikleri görülmektedir. Uygulama öncesi yapılan görüşmelerde oluşturulan medya ürününde dikkat edilen noktaya yönelik görüşlerine verilen cevaplara baktığımızda kısa cevaplar vererek oluşturmadım şeklinde cevaplar verdikleri görülmektedir. Uygulama sonrası öğrenci görüşlerine baktığımızda her öğrencinin uzun cevaplar verdiğini, oluşturulan medya ürününde nelere dikkat edilmedi gerektiğinin ayrımlarını yaparak uzun cevaplar vererek görüşlerini ifade ettikleri görülmektedir. Öğrencilerden Ali kullanılan dile dikkat ederim, argo kelimeler kullanmam, başkalarını üzecek cümleler kullanmam. Telif haklarına dikkat ederim. Cezası olabilir şeklinde görüşünü ifade etmiştir. Öğrencilerin oluşturulan medya ürününde dikkat edilen noktaya yönelik görüşleri şöyledir:

Ezgi: Üslubuma, renklere görüntülere, neleri söyleyip söylememe dikkat ederim. Sosyal medyada düğün kullanılmaya üsluba dava açılabilir. Karşı tarafı kırmamaya çalışırım. Özel bilgilerin olmamasına dikkat ederim. Eğer bir müzik kullanacaksam sanatçısını bulmamız gerek çünkü telif hakları vardır. Cezası olabilir.

Çiğdem: Telif haklarına dikkat ederim, özel bilgilerin olmamasına, kullanacağım dilin argo ve hakaret olmamasına dikkat ederim.

Özlem: Görsellerine, başlığına, kurallara uygun olmasına, özel olmamasına dikkat ederim.

Murat: Telif hakkının olmamasına dikkat ederim. Yoksa o sahibi olan kişiye ulaşmamız lazım. Resimde insanların yüzünü yani görünüşünü vermeme çalışırım. Müzik kullanacaksam telif hakkına dikkat ederim. Doğru olmasına dikkat ederim

Hakan: Haberin kalitesine dikkat ederim. İnsanları doğru olmayan bir şeye inandırmak kötü bir şey.

Çınar: Argo ve şahsa yönelik kelimeler kullanmam. Yanlış bilgi olmamasına dikkat ederim.

Beren: Görüşümü yansıtmamasına dikkat ederim, özel bilgiler olmamasına.

Glnur: slubuma, görsellere, kırııcı olmamaya.

Emre: Kullandığım konuşma stiline, kullanılan görüntülere, konuşma biçimime.

Tablo 4.16’da görüldüğü gibi eylem planları uygulama sonrası yapılan görüşmelerde öğrencilerin medya ürünü oluşturma sürecinde yararlanılan araçlar/kaynaklarına ilişkin görüşlerine baktığımızda internetten, gazete, Google, dergi, youtube, vikipedi, değişiyor, kitap şeklinde ifade ettikleri görülmektedir. Uygulama öncesi yapılan görüşmelerde medya ürünü oluşturma sürecinde yararlanılan araçlar/kaynaklara ilişkin çoğunluğunun oluşturmam şeklinde cevap verdikleri görülmektedir. Uygulama sonrası öğrenci görüşlerine baktığımızda her öğrencinin yararlanılan kaynakları ayırımı yaparak cevaplar verdikleri görülmektedir. Öğrencilerin medya ürünü oluşturma sürecinde yararlanılan araçlar/kaynaklarına ilişkin görüşleri şöyledir:

Çınar: Google’den, haber kanallarından, Milliyet, Hürriyet gibi daha çok bilgiler orada.

Berkay: İnternet, gazete dergi

Eda: En çok Google, Vikipedi, gazete dergi falan.

Deniz Su: İnternet, gazete, dergi, Youtube gibi kaynaklardan yararlanıyorum.

Emre: İnternetteki bilgilerden

Öğretmen öğrenciler ile mevcut durumu belirlemek için yaptığı ön görüşmelerde öğrenciler kısa cevaplar vererek, oluşturmam şeklinde görüşlerini ifade ederken çelişkili cevaplarında verildiği görülmüştür. Son görüşmelerde öğrenciler sorulan sorularda uzun açıklamalar yaparak, sorulardaki ayrımlara dikkat ederek açıklama yaptığı görülmektedir.

Bu araştırmada üretim becerisine yönelik yapılan uygulamalardan sonra öğrencilerin üretim becerisini geliştirmek amacı ile kazanımımız kapsamında sosyal bilgiler gazetesi ve proje olarak poster çalışması şeklinde etkinlikler yapılmıştır. Gazete ve proje üretimi sürecinde Öğretmen öğrencilerle sürecin takibi için birkaç kez çevrim içi (online) olarak öğrenciler ile bir araya gelmiştir. Yedinci ve sekizinci eylem planına ilişkin gelişmelerin örnekleri Görsel 4.7’de gösterilmiştir. Gazete ayrıca Ek 7’de paylaşılmıştır.

çekici görseller kullandıklarına yönelik üretim becerisinde gelişmelerin olduğunu göstermektedir.



Görsel 4.7. Üretim Becerisinde Etkinlikleri Örnekleri

Görsel 4.7'de öğrenciler üretim becerisine yönelik yapmış oldukları proje için poster hazırlamış ve ailelere sunum yapmışlardır. Öğrencilerin poster hazırlama süreci ile ilgili ifadeleri öğretmen gözlemlerine yansımıştır. Öğrenciler poster oluşturmalarındaki amaçlarının bilgi vermek olduğunu bunu yaparken farklı kaynaklar kullandıklarını, ama resmi sayfalardan yararlanmak istediklerini ifade etmişlerdir. Oluşturdukları posterde dikkat çekici görseller kullandıklarını, renklerin seçimine dikkat ettiklerini, hedef kitesinin veliler olduğunu ifade etmişlerdir. Öğrencilerin yapmış olduğu poster ile üretim becerisinde gelişmelerin olduğu ortaya çıkmıştır.

Sonuç olarak öğrencilerin üretim becerisindeki ihtiyaçları doğrultusunda medya ürünlerini oluşturmada dikkat edilmesi gereken yasal noktalardaki eksiklikler eylem planları ile medya ürününün amacı doğrultusunda oluşturma, ürünü oluşturma sürecinde internet kanunu, telif hakları, bilginin güvenliği gibi boyutlarda beceri geliştirilmiştir.

4.1.5. Paylaşım Becerisi

Öğrencilerin medya okuryazarlığı becerisinin alt becerisi olan Paylaşım Becerisine Yönelik Bulgular, Öğrencilerin Paylaşım Becerisi Mevcut Durum ve eksiklikler, Paylaşım Becerisi Eylem Planları ve Öğrencilerin Paylaşım Becerisindeki Gelişmeler başlıklarında verilmiştir.

4.1.5.1. Öğrencilerin paylaşım becerisi mevcut durum

Öğrencilerin farkındalık becerisi algılarını geliştirmek için uygulama öncesi mevcut durum ön görüşmeler ile belirlenmiştir. Bu amaçla öğrencilere “Oluşturduğun bu medya ürününü farklı türdeki (görüntü, ses, yazı, vb.) medya içeriklerini uygun medya araçlarını belirleyerek, hangi medya ortamlarında paylaştın?”, a) neden orda paylaştın?”, “b) hangi kitleye iletirsin? ve kimlerle paylaştın?”, “c)neleri paylaşıyorsun?” Paylaşma amacı nedir?”, “d) neleri paylaşmıyorsun?” Bu konuda nelere dikkat ediyorsun?” soruları sorulmuştur. Bu sorular ile öğrencinin paylaşım becerisine yönelik mevcut durumu anlaşılmaya çalışılmıştır.

Öğrencilerle yapılan yarı-yapılandırılmış görüşme sonrası öğrencilerin paylaşım becerisi konusundaki görüşleri Tablo 4.17’de verilmiştir.

Tablo 4.17. Öğrencilerin Paylaşım Becerisine İlişkin Görüşleri (Mevcut durum)

Temalar	Mevcut Durum (Ön Görüşmeler)	F
Medya içeriklerinin paylaşıldığı ortamlar	Oluşturmadım	10
	Whatsapp	5
	Instagram	5
Paylaşılma nedeni	Paylaşmadım	13
	Ailemin ve arkadaşlarımda var	3
	Daha fazla kullanıcısı var	3
	En çok kullanılan	2
İlettiğin hedef kitle /Kimlerle paylaştın	Paylaşmadım	10
	Bilmiyorum	5
	Takipçilerim	4
	Arkadaşlarım	4
	Ailem	1
	Herkes	1
Neleri paylaşıyorsun	Paylaşmıyorum	15
	Resim ve fotoğraflarımı	2
	Yaptığım resimleri	1
	Ailemi	1
	Haberleri	1
	Her şeyi	1
Paylaşma amacın	Paylaşmıyorum	15
	Eğlenmek	2
	Tanınmak	1
	Bilgi	1

Tablo 4.17. (Devam) *Öğrencilerin Paylaşım Becerisine İlişkin Görüşleri (Mevcut durum)*

Paylaşılmayan içerik ve dikkat ettiğin hususlar	Paylaşmıyorum	10
	Özelimi	3
	Cevap yok	3
	Doğruluğuna dikkat ederim	2
	Resimleri	1
	Kötü şeyleri	1
	Korkutucu videoları	1
	Paylaşmadığım düşünceleri	1

Tablo 4.17’de görüldüğü gibi, eylem planları uygulaması öncesi yapılan ön görüşmelerde öğrenciler sorulara daha çok kısa yanıtlar vermiş ve açıklama yapamamışlardır. Öğrencilerin uygulama öncesi oluşturulan medya içeriklerinin paylaşıldığı araçları ve paylaşım ortamı belirlemeye ilişkin görüşlerine baktığımızda “Oluşturmadım, whatsapp, instagram şeklinde ifade ettikleri görülmektedir. Öğrencilerin medya içeriklerinin paylaşıldığı araçları ve paylaşım ortamı belirlemeye yönelik görüşleri şöyledir:

Emre: Oluşturmadım.

Özlem: Oluşturmadım da paylaşmadım da.

Melek: Whatsaptan paylaştım.

Eda: İntagramda paylaştım.

Tablo 4.17’de görüldüğü gibi, eylem planları uygulaması öncesi yapılan ön görüşmelerde öğrenciler sorulara daha çok kısa yanıtlar vermişlerdir. Öğrencilerin belirlenen ortamda paylaşılma nedenine ilişkin görüşlerine baktığımızda “Paylaşmadım, ailemin ve arkadaşlarımın var, daha fazla kullanıcısı var, en çok kullanılan” şeklinde ifade ettikleri görülmektedir. Öğrencilerin belirlenen ortamda paylaşılma nedenine yönelik görüşleri şöyledir:

Murat: Ailem ve arkadaşlarım yakınlarım görsün diye.

Ezgi: En çok kullanılan sosyal medya olduğu için.

Berkay: Paylaşmadım.

Hakan: Daha çok kullanıcısı var. Daha iyi olduğu için.

Çiğdem: Bilmem görsünler diye.

Tablo 4.17’de görüldüğü gibi, eylem planları uygulaması öncesi yapılan ön görüşmelerde öğrenciler ilettiği hedef kitlesine/ paylaşılan kişilere ilişkin görüşlerine baktığımızda “Paylaşmadım, bilmiyorum, takipçilerim, arkadaşlarım, ailem, herkes” şeklinde ifade ettikleri görülmektedir. Öğrencilerin ilettiğin hedef kitlesine/ paylaşılan kişilere yönelik görüşleri şöyledir:

Irmak: Arkadaşlarımla paylaştım.
Elif: Ailem, akrabalarım, yakın arkadaşlar.
Ezgi: Arkadaşlarımla.
Yusuf: Bilmiyorum.
Hakan: Herkesle.
Çiğdem: Arkadaşlarım ve takipçilerimle.
Ali: Yakın arkadaşlarıma aileme ilettim şeklinde cevap vermiştir.

Tablo 4.17’de görüldüğü gibi, eylem planları uygulaması öncesi yapılan ön görüşmelerde öğrenciler neleri paylaşıyorsun sorusuna ilişkin görüşlerine baktığımızda “Paylaşmıyorum, resim ve fotoğraflarımı, yaptığım resimleri, ailemi, haberleri, her şeyi” şeklinde ifade ettikleri görülmektedir. Öğrencilerden Atahan “Haberleri paylaşıyorum şeklinde cevap vermiştir. Öğrencilerin neleri paylaşıyorsun sorusuna ilişkin görüşleri şöyledir:

Özlem: Paylaşmıyorum.
Elif: Kardeşim ile olan fotoğrafımı paylaştım.
Ezgi: Edit ettiğim fotoğrafları paylaşıyorum.
Hakan: Kendi fotoğraflarımı
Murat: Yaptığım resmi paylaştım.
Eylül: Her şeyi.

Tablo 4.17’de görüldüğü gibi, eylem planları uygulaması öncesi yapılan ön görüşmelerde öğrenciler sorulara daha çok kısa yanıtlar vermiş açıklama yapamamışlardır. Öğrencilerin uygulama öncesi paylaşma amacına ilişkin görüşlerine baktığımızda paylaşmıyorum, eğlenmek, tanınmak, bilgi vermek şeklinde ifade ettikleri görülmektedir. Öğrencilerden Eylül “Eğlenmek” şeklinde cevap vermiştir. Öğrencilerin paylaşma amacına sorusuna ilişkin görüşleri şöyledir:

Asya: Paylaşmıyorum.
Murat: Tanınmak
Hakan: Eğlenmek.
Eda: Bilgi vermek

Tablo 4.17’de görüldüğü gibi, eylem planları uygulaması öncesi yapılan ön görüşmelerde öğrenciler sorulara daha çok kısa yanıtlar vermiş açıklama yapamamışlardır. Öğrencilerin uygulama öncesi paylaşılmayan içerik ve dikkat ettiğin hususlara ilişkin görüşlerine baktığımızda “Paylaşmıyorum, özelimi, cevap yok, doğruluğuna dikkat ederim,

resimleri kötü şeyleri, korkutucu videoları, paylaşmadığım düşüncelerine” şeklinde ifade ettikleri görülmektedir. Öğrencilerden Murat özel hayatımı paylaşmam, özel olmamasına dikkat ederim şeklinde cevap vermiştir. Öğrencilerin paylaşılmayan içerik ve dikkat ettiği hususlara ilişkin görüşleri şöyledir:

Ezgi: Kötü şeyler korkutucu videolar paylaşmam.

Hakan: Özel şeyler paylaşmam.

Emre: Paylaşmıyorum.

Eylül: Resimlerimi.

Çiğdem: Bana uygun olmayan davranışlarımı.

Eda: Doru olmasına dikkat ederim.

Eylem uygulaması öncesi mevcut durumu tespit etmek amacıyla yapılan ön görüşmelerde öğrencilerin paylaşım becerisinde paylaşım olanaklarından yararlanma, paylaşılacak olan bilginin doğruluğunu araştırma, kişisel bilgileri paylaşmama, ifade özgürlüğünü kullanma konusunda eksiklerin olduğu görülmektedir.

4.1.5.2. Paylaşım becerisi eylem planları

Paylaşım becerisine yönelik mevcut durum belirleme çalışmaları sonucunda öğrencilerin paylaşım becerisini geliştirmeye ihtiyacın olduğu ortaya çıkmıştır. Beceriye geliştirmek amacı ile “Dijital teknolojilerin üretim, dağıtım ve tüketim ağında meydana getirdiği değişimleri analiz eder.” kazanımına yönelik ders planı hazırlanarak uzman görüşüne sunulmuştur. Uzman görüşü alınarak 25.05.2021 tarihinde çevrimiçi (online) olarak uygulanmıştır. Paylaşım becerisini geliştirmeye yönelik bu derste bireyin bütün paylaşım ortamlarında, paylaşım sürecinde hem ahlaki hem de etik davranma sorumluluğunu kazandırmayı amaçlamıştır. Paylaşım etiğine dikkat etme, paylaşımın doğruluğundan emin olma, kişisel bilgileri paylaşmama, başkasının kişisel haklarını ihlal etmeme, yapılan paylaşımların kolay kolay silinmeyeceğinin farkında olma, paylaşımlarda yasal kuralları ihlal etmemeye kavramları üzerinde durulmuştur. Bu bağlamda derslerde kullanılan kavramlara yönelik uzman görüşü alınarak paylaşım becerisini kullanmaya yönelik poster çalışması ve afiş ödevi yapılmasına karar verilmiştir. Paylaşım becerisini geliştirmeye yönelik dokuzuncu ve onuncu eylem planı Tablo 4.18’de gösterilmiştir.

Tablo 4.18. Paylaşım Becerisine İlişkin Dokuzuncu ve Onuncu Eylem Planı

Dersin adı	Sosyal Bilgiler
Sınıf	7B
Süre	30+30
Öğrenme Alan	Üretim, Dağıtım ve Tüketim
Konu	Sanal Çarşımız
Kazanımları	SB.7.5.6. Dijital teknolojilerin üretim, dağıtım ve tüketim ağında meydana getirdiği değişimleri analiz eder.
Yöntem ve Teknikler	Sunuş yolu, Buluş Yolu, Anlatım tekniği, Soru- cevap yöntemi,
Dikkati Çekme	I.GİRİŞ Öğretmen “Medyada ürettiğimiz ürünleri istediğimiz her şeyi paylaşabilir miyiz?” sorusunu sorar. Bu konuda ne düşünüyorsunuz.
Güdüleme	Bu dersimizde medya üzerinden paylaşım yaparken nelere dikkat etmemiz gerekiyor onları kavramış olacağız.
Gözden Geçirme	Bilinçli bir medya kullanıcısı olarak medyada paylaşım yapılırken nelere dikkat edilmesi gerekiyor öğreneceğiz.
Derse Geçiş	Şimdi arkadaşlarımız bizlere bir senaryo sunacaklar.

II. GELİŞTİRME

Öğretmenin öğrencileri ile daha önce vermiş olduğu roller öğrenciler tarafından canlandırılır.

Paylaşım ile İlgili Rol Oynama

Ezgi: Merhaba

Berkay: Merhaba

Gülnur: Merhaba

Ezgi: Az önce gördüm. İstanbul da yaşayan kuzenim çok güzel resimler yapıyor.

Berkay: İstanbul’ da yaşayan kuzeninin resmini nasıl görebiliyorsun?

Gülnur: Medya araçları ile yapılan paylaşımlar ile görebiliyorsun. Örneğin: İnternet, İnstagram, Facebook, Twitter. Sen hiç paylaşım yapmadın mı?

Berkay: Hayır hiç paylaşmadım. Nasıl paylaşılır bilmiyorum. Aslında bende yazdıklarımı paylaşmak istiyorum, yazdıklarım okunsun istiyorum ama nerelerde paylaşım yapılır bilmiyorum.

Ezgi: Sana bu konuda yardımcı olabilirim. Örneğin paylaşım yaparken paylaşım etiğine uyacaksın. Sayfa güvenilir bir sayfa olacak.

Berkay: Peki orada kimler görebilir?

Gülnur: Sen kimin görmesini istiyorsan ona göre belirleyebilirsin. Hedef kitleni sen belirliyorsun.

Berkay: Aslında ben daha çok gençler görsün istiyorum. Okuyanlardan dönütler almak istiyorum.

Ezgi: Bunu sen belirleyebilirsin. Etkileyişimde bulunup yorum yapabilirler. Kitle iletişim araçlarını kullanabilirsin.

Berkay: İstedığımız her şeyi paylaşabiliyor muyuz?

Gülnur: Bizim ifade özgürlüğümüz var ama paylaşım yaparken, paylaştığın bilginin doğru olmasına, telif hakkının olmamasına, etiğe uygunluğa, dilin kullanımına dikkat etmelisin.

Ezgi: Hangi amaçla paylaşım yaptığını bilmen gerekiyor. Örneğin bilgilendirme mi, eğlenme mi, haber verme mi?

Berkay: Neleri paylaşmamam gerekiyor? Siz bu konuda nelere dikkat ediyorsunuz?

Ezgi: Kişisel bilgilerimizi, özel hayatımıza ait olan paylaşımları, uygun olamaya cümleleri paylaşmamalısn.

Gülnur: Bilgilerin doğruluğuna, telif hakkına dikkat etmelisin. Bir de şunu unutmamalısn yaptığın her paylaşım ve yorum sen silsen bile tam olarak silinmez. Senin yapmış olduğun paylaşım veya yorumun görüntüsünü alınmış olabilir. Bu yüzden dikkatli olmalısın

Öğrenciler rolleri esnasında siz olsaydınız bu sorulara ne cevap verirdiniz? Sorusunu arkadaşlarına sorarlar.

- Siz hiç paylaşım yaptınız mı?
- Paylaşım etiği derken ne kast ediyor?
- Sayfanın güvenliği size neyi ifade ediyor?

Tablo 4.18. (Devam) *Paylaşım Becerisine İlişkin Dokuzuncu ve Onuncu Eylem Planı*

-
- Sayfanın güvenliği size neyi ifade ediyor?
 - Paylaşım yapmanın amaçları neler olabilir?
 - Paylaşım yaparken nelere dikkat etmeliyiz?
- Öğrencilere öğretmen rehberliğinde sorulara yönelik çıkarımlar yaptırılır.
- Öğrenciye paylaşım yetkisi verilir. Öğrenci www.guvenliweb.org sitesinden medya paylaşımının etik ilkeleri hakkında arkadaşlarına bilgilendirme yapılır.

III. SONUÇ

Ölçme ve Değerlendirme	Dersin sonunda öğretmen buluş yolu yöntemi ile öğrencilere sorular sorarak: Medya üzerinden yapılan paylaşımlarda dikkat edilmesi gerekenlerin analizi yaptırılır.
Alıştırma/Ödev	Dijital teknolojilerin üretim, dağıtım ve tüketim alanında meydana getirdiği değişimler ile ilgili hazırlanan gazetenin web sayfası ve kişisel sayfalardan paylaşımı.

Ders planında belirtildiği şekilde işlenmiştir. Bu plan kapsamında paylaşım becerisini geliştirmek için gerekli olan bireyin bütün paylaşım ortamlarında paylaşım sürecinde hem ahlaki hem de etik davranma sorumluluğunu kazandırma amaçlamıştır. Paylaşım etiğine dikkat etme, paylaşımın doğruluğundan emin olma, kişisel bilgileri paylaşmama, başkasının kişisel haklarını ihlal etmeme, yapılan paylaşımların kolay kolay silinmeyeceğinin farkında olma, paylaşımlarda yasal kuralları ihlal etmemeye gibi temel kavram ve ilkeler üzerinde durulmuştur. Ders planında rol oynama tekniğine yer verilmiştir. Rol oynamada yer alacak olan öğrencilere etkinlik bir gün öncesinden whatsapp üzerinden iletilmiştir. Öğrenciler önceden rollerine çalışarak derse hazırlıklı gelmiştir. Öğretmen öğrencilere medyada ürettiğimiz ürünleri ya da istediğimiz medya ürününü paylaşabiliyor muyuz? Sorusu sorarak derse geçiş yapmaya çalışmıştır. Öğrenciler hayır paylaşamayız şeklinde cevap vermişlerdir. Ders başladığında öğretmen öğrencilere rol oynamada yer alacak olan öğrencilerin bir sürprizlerinin olduğunu söyleyerek derse geçiş sağlamıştır. Rol oynamada yer alan diyaloglar üzerinden öğrencilere paylaşım becerisine ilişkin sorular sorulmuştur. Diyaloglara yer alan nerelerde paylaşım yapabiliriz bölümü sırasında öğrencilerden Gülnur “Arkadaşlarına medyada nerelerde paylaşım yapabiliriz” sorusunu sormuştur. Öğrenciler “Facebook, Twitter, Instagram” şeklinde ifade etmişlerdir. Dokuzuncu ve onuncu eylem planı 25.05.2021 tarihinde Cuma günü saat 11.15’de video ders kayıtlarına bir bölümü şu şekilde yansımıştır:

Öğretmen: Çocuklar arkadaşımızın söylediğini duydunuz. Nerelerde paylaşım yapabiliriz?

Ali: İnternette, Hocam işte Facebook’ ta, Twitter da, Instagramda

Elif: Gazete veya radyolarda

Öğretmen öğrencilere “Paylaşım yapılırken paylaşım etiğine uygun olmalı derken ne demek istemiş olabilir?” sorusunu sormuştur. Örnek olaydaki rolüne bağlı olarak Ezgi’de “Paylaşımında nelere dikkat etmeli ve istediğimiz her şeyi paylaşabiliyor muyuz?” sorusunu sormuştur. Öğrenciler “Saygı çerçevesinde olmalı, telif haklarına dikkat etmesi gerekiyor” şeklinde cevaplar vermişlerdir. Öğrencilerden Irmak “Adreslerimizi ve özel hayatımızı paylaşmamalıyız” şeklinde cevap vermiştir. Verilen cevaplar kayıtlara şu şekilde yansımıştır:

Ezgi: Arkadaşlar Berkay paylaşım etiğine uygun paylaşım yapmalı. Sizce Berkay başka nelere uymalı?

Öğretmen: Çocuklar arkadaşımız paylaşım etiğine uygun olmalı derken ne demek istiyor ve Berkay başka nelere uymalı?

Çiğdem: Hocam saygı çerçevesinde uymalı. Hakaret etmemeli.

Elif: Kişilik haklarına zarar vermemeli.

Çınar: Hocam telif hakkına, telife dikkat etmeli, telife dikkat etmesi gerekiyor.

Öğretmen: Harikasin! Söyle Eylül.

Eylül: Hocam mesela böyle adreslerimizi falan kullanmamalıyız. Durum paylaşımlarında özellikle.

Öğretmen: Harikasin! Adreslerimizi paylaşmamamız gerekiyor. Peki çocuklarımız Eylül’ün dediği gibi adreslerimizin paylaşılması hangi kavramla ilgili?

Murat: Hocam yani özel hayatın gizliliği, yani özel hakların korunması.

Özlem: Hocam kişisel bilgilerimizin korunması.

Irmak: Hocam mesela şu olur mu bir yere gittiniz. O gittiğiniz yerde sürekli paylaşım yapıyorsunuz. Ama eğer bu üçüncü şahısların eline falan geçerse evinizin boş olduğunu da şey yapabilirler, öğrenirler, hırsızlık yapabilirler. Hani böyle direk saniye saniye her şeyi paylaşırsanız tehlikeli olabilir.

Öğretmen: Gülnur arkadaşınız diyor ki “Bizim ifade özgürlüğümüz var ama paylaşım yaparken, paylaştığın bilginin doğru olmasına dikkat etmemiz gerekiyor, siz başka nelere dikkat ediyorsunuz?”

Beren: Hocam başkalarının haklarını, özgürlüğünü kısıtlayıp kısıtlamadığına, zarar verip vermediğine dikkat edeceğiz. Onunla ilgili özel bilgilerin olmaması gerekiyor.

Öğretmen: Peki örneğin internetten bir resim gördünüz hemen o resmi paylaşabilir misiniz? Paylaşmıyorsanız da niye paylaşmazsınız?

Çınar: Hocam telif hakkı var. O yüzden paylaşamayız.

Öğretmen: Harikasin! Telif hakkı neydi hatırlıyor musunuz çocuklarımız?

Ali: Evet hocam

Öğretmen: neydi Ali?

Ali: Hocam mesela bir başkasının paylaştığı bir şeyi ya da her hangi bir şeyi bundan çıkar yani gelir kazanabileceğimiz yani gelir sağlayabileceğimiz şekilde çalıp ondan izin almayıp başka bir yerde paylaşırsak bu adamın telif hakkı oluyor. Bu adamdan ürettiğini izinsiz

paylaşıyoruz. Bu adam da para kazanırsa işte böyle sıkıntı çıkarırsa böyle ceza alabiliyor bundan sonra. Mahkemeye falan gidebiliyor.

Öğretmen: Evet paylaşımda başka nelere dikkat etmemiz gerekiyor?

Deniz Su: Hocam ağızımıza geldiği gibi konuşup davranmamalıyız. Ben dili kullanmalıyız

Elif: Ben onu demeyecektim. Deniz Su'nun dediğini diyecektim. Hakaret etmemeliyiz.

Öğretmen diyalogda geçen paylaşımın amacı sorusu üzerinden öğrencilerden Ezgi'nin "Siz hangi amaç ile paylaşım yapıyorsunuz?" sorusu tekrarlayarak devam etmiştir. Öğrenciler "Eğlenme, bilgilendirme, kamuoyu oluşturma" şeklinde cevap vermiştir. Öğrencilerden Ali "Gelir kazanmak, ekonomik anlamda paylaşım yapılabilir" şeklinde cevap vermiştir. Verilen cevaplar kayıtlara şu şekilde yansımıştır:

Öğretmen: Çocuklar Ezgi, Berkay'a hangi amaçla paylaşım yaptığını bilmen gerekiyor? Demişti.

Peki, siz hangi amaçla paylaşım yapabilirsiniz?

Eda: Eğlence.

Çınar: Kamuoyu oluşturmak için.

Araştırma: Harikası! Söyle Özlem.

Özlem: Hocam takip ederken de paylaşırken de bilgi almaya yani paylaştığın bilginin güvenilir olması anlamında.

Murat: Hocam haber verme amacı ile.

Irmak: Hocam eğitim amaçlı da olabilir dersle ilgili.

Öğretmen öğrencilere rol oynamaya bağlı olarak "Neleri paylaşmamamız gerekiyor?" sorusunu sormuştur. Öğrenciler "Özel hayatımızı, kişisel bilgilerimizi, rahatsız edici dili" şeklinde cevap vermişlerdir. Öğrencilerden Emre "Mesela uygun olmayan cümleleri veya özel hayatımızı da paylaşmamalıyız" şeklinde cevap vermiştir. Öğrencilerin verdikleri diğer cevaplar şöyledir.

Öğretmen: Çocuklarım Berkay'ın neleri paylaşmamamız gerekiyor? Siz bu konuda nelere dikkat ediyorsunuz?" sorusuna verilen cevaplarla birlikte siz ne cevap verirsiniz?

Irmak: Oturduğumuz adresi.

Eda: Hocam rahatsız edici ve kaba içerikler paylaşmamalıyız.

Eylül: Sosyal medya ya da başka şeylerin şifrelerini paylaşmamalıyız.

Elif: T.C. kimlik numaramızı

Deniz Su: Şifreleri.

Öğretmen öğrencilere "Neleri paylaşıyorsunuz?" sorusunu sormuştur. Öğrenciler "Yaptığım resmi, edit videolarımı, fotoğraflarımı" şeklinde cevap vermişlerdir. Öğrencilerden Gülnur "Edit fotoğraflarımı paylaştım" şeklinde cevap vermiştir. Öğrencilerin verdikleri cevaplar şöyledir:

Öğretmen: Ezgi'nin sorduğu soru öncelikle siz hiç paylaşım yaptınız mı?
Yaptıysanız ne paylaşım yaptınız? Bu soruya ne cevap verirsiniz?

Ali: Resim çizmiştim onu paylaştım.

Murat: Edit videoları mesela.

Beren: Hocam fotoğraflarımı paylaştım.

Eda: Hocam Whatsapp'dan mesaj ya da ödev paylaşıyorum.

Elif: Whatsaptan falan paylaştım.

Çınar: Hocam ben edit videoları falan paylaştım.

Irmak: Fotoğraf falan paylaştım Hocam.

Öğretmen paylaşım etiğinin ne anlama geldiğini tekrar sormuştur. Öğrencilerin çıkarım yapmasını sağlamaya çalışmış ve paylaşım etiğinin açıklamasını yapmıştır. Verilen cevaplar kayıtlara şu şekilde yansımıştır:

Öğretmen: Ezgi'nin söylediği paylaşım etiği derken ne kast ediyor olabilir çocuklar? Söyle Eda.

Eda: Hocam paylaşım sıklığı olabilir mi? Ne sıklıkla paylaştığımız olabilir.

Özlem: Hocam işte kurallara uygun olan yasal kurallara, paylaşılması doğru olana uyulması.

Çiğdem: Toplumun kurallarını ihmal etmemek.

Irmak: Medya iletişimine uygun olan.

Öğretmen dersin sonuna doğru daha önce hazırlanan ve rol oynayan çocukların sormasını istediği sorular ile devam etmiştir. Öğrenciler arkadaşlarına paylaşım amacını ve paylaşımında nelere dikkat etmesi gerektiğine sorusunu sorar. Verilen cevaplar kayıtlara şu şekilde yansımıştır:

Öğretmen: Ezgi'nin sorduğu gibi neden paylaşım yapma ihtiyacı duyarız? Söyle Eylül.

Eylül: Hocam çoğu insan dikkat çekmek için ve bilgilendirmek için paylaşım yapar.

Elif: Kamuoyu oluşturursunuz.

Beren: Hocam işte bilgilendirme, eğlenme amacı ile yapılabilir.

Öğretmen: Paylaşım yaparken nelere dikkat etmeliyiz?

Eda: Hocam eğer çektiğimiz bir fotoğrafta başkası varsa önce ondan izin alıp paylaşmamız gerek.

Çiğdem: Hocam paylaşım etiğine dediğiniz gibi. Kurallara uymamız gerek.

Murat: Hocam herkesin söylediği gibi işte özel hayat, kişisel bilgileri, uygun olan bir dil kullanmaya dikkat etmeliyiz.

Öğretmen dersin sonunda öğrencilere yasal mevzuat ile ilgili bilgilerin erişimini sağlayabilmesi için www.guveliinternet.org.tr. adlı siteden bahsetmiştir. Siteyi ekrana yansıtarak uygulamalı olarak öğrencilere okutarak göstermiştir.

Öğretmenin Paylaşım becerisine yönelik yapılan dokuzuncu ve onuncu ders uygulamasına ilişkin gözlemlerini günlüğüne aktarmıştır. Uygulamaya yönelik Öğretmenin gözlemleri günlüğüne şu şekilde yansımıştır:

Paylaşım becerisi ile ilgili dersimizi yaptık. Çok verimli bir ders oldu. Katılım çok güzeldi. Bir önceki işlediğimiz alt becerileri kapsayan bir dersti. Öğrencilerin verdikleri cevaplar erişim ve üretim becerileri de kapsıyordu. Öğrenciler telif haklarına önem verme, medyanın hangi işlevle kullanacağı, ifade özgürlüğü, Kamuoyu oluşturma, kişisel bilgilerin gizliliği, sayfa güvenliği gibi kavramlar ile ilgili cevaplar verebiliyordu. Daha önce işlediğimiz becerilerin gelişimini çok rahat görülebiliyordu (Öğretmenin günlüğü 28 Mayıs 2021).

4.1.5.3. Öğrencilerin paylaşım becerisindeki gelişmeler

Öğrencilerin paylaşım becerisi algılarının nasıl geliştiğini anlamak amacıyla eylem planlarının uygulaması sonrasında öğrencilerle görüşmeler yapılmış, gözlem video kayıtları analiz edilmiş, öğrenci ürünleri incelenmiştir. Bu amaçla öğrencilere eylem planları uygulama sonrasında ön görüşmelerde sorulan sorular “Oluşturduğun bu medya ürününü farklı türdeki (görüntü, ses, yazı, vb.) medya içeriklerini uygun medya araçlarını belirleyerek, hangi medya ortamlarında paylaştın?”, “a)neden orda paylaştın?”, “b) hangi kitleye iletirsin? Ve kimlerle paylaştın?”, “c) neleri paylaşıyorsun? Paylaşma amacı nedir?” “d) neleri paylaşmıyorsun? Bu konuda nelere dikkat ediyorsun?” soruları sorulmuştur. Bu sorular ile öğrencinin paylaşım becerisine yönelik gelişimi anlaşılmaya çalışılmıştır.

Öğrencilerle yapılan yarı-yapılandırılmış görüşme sonrası öğrencilerin paylaşım becerisindeki konusundaki görüşleri Tablo 4.19’da verilmiştir.

Tablo 4.19. Öğrencilerin Paylaşım Becerisinin Gelişimine Yönelik Görüşleri

Temalar	Mevcut Durum (Ön Görüşmeler)	F
Medya içeriklerinin paylaşıldığı ortamı	İnstagramda	16
	Whatsapp	5
	Twitter	2
	Facebook	1
	Youtube	1
	Zoom	1
Belirlenen ortamda paylaşılma nedeni	En çok kullanılan platform	15
	İnsanları bilinçlendirmek	1
	Hedef kitlesi için	1
	Herkes bilileniyor	1
	Herkes görsün diye	1
İlettiğin hedef kitlesi /Kimlerle paylaştın	Kendi yaşlılarım	14
	Velilerle	4
	Gençlerle	2
	İnternet kullanıcıları ile	1
	Herkesle	1
	Çocuklar ile	1
	Büyüklerle	1
Neleri paylaşıyorsun	İnsanları bilgilendirici	15
	Yaptığımız etkinlikleri	2
	Videoları	1
	Hepsini kapsıyor	1
	Eğlence videoları	1
Paylaşma amacı	Bilinçlendirmek	15
	Eğlenmek	10
Paylaşılmayan içerikte dikkat ettiğin hususlar	Özel olmamasına	10
	Yasal olmasına	10
	Fotoğraflarımı	5
	İnsanları olumsuz etkilememesine	3
	Gizli bilgiler	2
	Demokratik olmasına	1

Tablo 4.19’da görüldüğü gibi eylem planları uygulama sonrası yapılan görüşmelerde öğrencilerin oluşturulan medya içeriklerinin paylaşıldığı araçları ve paylaşım ortamı belirlemeye ilişkin görüşlerine baktığımızda instagramda, whatsapp, twitter, facebook, youtube, zoom şeklinde ifade ettikleri görülmektedir. Uygulama öncesi yapılan görüşmelerde paylaşım yapılan araçları ve içeriği belirlemeye yönelik görüşlerine verilen cevaplara baktığımızda çoğunluğu “Oluşturmadım” şeklinde cevap verdiği görülmektedir. Uygulama sonrası öğrenci görüşlerine baktığımızda öğrencilerin farklı medya araçlarından paylaşım yaptığı görülmektedir. Öğrencilerin oluşturulan medya içeriklerinin paylaşıldığı araçları ve paylaşım ortamı belirlemeye yönelik görüşleri şöyledir:

Hakan: İnstagram ve Twitter’da paylaştım.
Çiğdem: İnstagramda paylaştım.
Ali: Whatsapp ve İnstagramda paylaştım.
Murat: Youtube ve İnstagramda paylaştım.

Tablo 4.19’da görüldüğü gibi eylem planları uygulama sonrası yapılan görüşmelerde öğrencilerin belirlenen ortamda paylaşılma nedenine ilişkin görüşlerine baktığımızda “insanları bilinçlendirmek, hedef kitlesi için, herkes bilgileniyor, herkes görsün diye” olarak ifade ettikleri görülmektedir. Uygulama öncesi yapılan görüşmelerde belirlenen ortamda paylaşılma nedenine ilişkin görüşlerine baktığımızda çoğunluğu paylaşmadım şeklinde kısa cevaplar verdiği görülmektedir. Uygulama sonrası öğrenci görüşlerine baktığımızda öğrencilerin açıklama yaparak cevaplar verdiği görülmektedir. Uygulama sonrası öğrenciler paylaşma ortamının belirlenmesinde en çok kullanılan medya araçları olarak gördükleri ve insanları bilgilendirme aracı olarak gördüklerine yönelik cevaplar vermişlerdir. Öğrencilerden Özlem hedef kitlesi için bunları seçtim. Paylaşma nedenim hedef kitlesini bilinçlendirmek olduğu şeklinde cevap vermiştir. Öğrencilerin belirlenen ortamda paylaşılma nedenine ilişkin görüşleri şöyledir:

Ezgi: Çünkü hitap ettiğim kitle oradaydı. Kalkıp Facebook paylaştığımda yaşlılar olurdu. İnstagramda gençler var. Bende oradan paylaştım.
Çınar: En çok tutulan bilinen medya uygulamaları. Facebook’un 5,6 milyar kullanıcısı ve indirilmesi var. Haber paylaşabiliyorsun, görsel paylaşabiliyorsun.
Çiğdem: Daha çok insan görüyor. Özellikle hesabımız gizli değilse. Birçok amacımız olabilir.
Ali: Çok fazla yaygın kullanılıyor. Birçok amaçla kullanabilirsin.
Emre: En çok kullanılan sosyal medya uygulaması.
Beren: Velileri bilgilendirmek, okul hakkında bilgi olmasını sağlamak.
Deniz Su: Çünkü çok fazla insan kullanıyor. Gazetede ya da başka yerde yayınlasalar o kadar insan görmez.
Gülnur: Çoğu insan oraya daha fazla ilgi duyuyor. En fazla kullanılan sosyal medya, daha çok kişi görüyor.
Irmak: Herkes bilsin, bilinçlensin diye.
Elif: İnsanları bilinçlendirmek için.
Berkay: Çünkü orada herkes görüyor.

Tablo 4.19’da görüldüğü gibi eylem planları uygulama sonrası yapılan görüşmelerde öğrencilerin iletildiği hedef kitlesi /kimlerle paylaştım ilişkin görüşlerine baktığımızda kendi

yaşıtlarım, velilerle, gençlerle, internet kullanıcıları ile herkesle, çocuklarla, büyüklerle, öğrencilerle şeklinde ifade ettikleri görülmektedir. Uygulama öncesi yapılan görüşmelerde iletilen hedef kitlesi ve paylaşım kişilere yönelik görüşlerine verilen cevaplara baktığımızda yarısı paylaşım yapmadığına, bazı öğrencilerin ise bilmiyorum şeklinde açıklama yapmadan cevapladıkları görülmektedir. Uygulama sonrası öğrenci görüşlerine baktığımızda kendi yaşıtılarım gençlerle şeklinde cevaplar vermişlerdir. Öğrencilerden Elif “Hedef kitlemiz bizim yaşıtılarımız. Derste yaptıklarımızı paylaştıklarında veliler, çocuklar hedef kitlemiz olur” şeklinde ifade etmiştir. Uygulama öncesi paylaşımında hedef kitlesi ile ilgili ayırım yapılmaz iken uygulama sonrası hedef kitleri arasında ayırımlar yapılarak açıklama yapıldığı görülmektedir. Öğrencilerin ilettiği hedef kitlesi kimlerle paylaşım yaptığına ilişkin görüşleri şöyledir:

Berkay: Ergenlerle, bizim gibi yaşıtılarım ile.

İrmak: Herkesle ama tabi en çok arkadaşlarımla.

Gölnur: Çoğunlukla gençler ama çocuklar.

Elif: Kendi yaşıtılarım, dersimizdeki ödev paylaşımında veliler.

Beren: Yaptığımız ödevlerde veliler, Akranlarımla paylaştım.

Emre: Gençlerle, çocuklarla.

Ali: Arkadaşlarımla, hedef kitlem onlar.

Çiğdem: Arkadaşlarımla, genellikle bizim yaşıtılarımla paylaşıyorum.

Çınar: Küçük yaşlara olmaz geriye vurur. Daha çok büyüklerle yönelik paylaşıyorum. 20 yaş ile 45 yaş arasına iletiyorum, hedef kitlem onlar.

Murat: Yaş olarak çocuklara değil de akranlarım kitlem.

Özlem: Öğrenciler ve internet kullanıcıları ile.

Tablo 4.19’da görüldüğü gibi eylem planları uygulama sonrası yapılan görüşmelerde öğrencilerin neleri paylaşıyorsun? Soru ilişkin görüşlerine baktığımızda insanları bilgilendirici, yaptığımız etkinlikleri, videoları, hepsini kapsıyor, eğlence videoları olarak ifade ettikleri görülmektedir. Uygulama öncesi yapılan görüşmelerde neleri paylaşıyorsun sorusuna yönelik görülen cevaplara baktığımızda yarısından fazlasının “Paylaşmıyorum” şeklinde cevapladıkları görülmektedir. Uygulama sonrası öğrenci görüşlerine baktığımızda insanları bilinçlendirici, videolar, etkinlikler şeklinde cevaplar vermişlerdir. Öğrencilerden Gölnur “Yaptığımız ödevi paylaştık” şeklinde cevap vermiştir. Öğrencilerin paylaşımlarına yönelik görüşleri şöyledir:

Özlem: İnsanları bilgilendirici şeyler paylaşıyorum, eğlenceli şeyler paylaşıyorum.

Çınar: Bilgilendirici şeyler, eğlence. Hayvana ve insanlara şiddet uygulanır ise o görüntüleri paylaşmam ama bilinçlendirmek için haberi paylaşırım. Hepsini kapsıyor aslında.

Çiğdem: Eğlenmek, bilgilendirici falan.

Ali: Video oluşturup paylaşıyorum. Birkaç video paylaşıyorum. Yaptığımız etkinlikler poster gazete falan.

Beren: Derste yaptığımız etkinlikleri paylaştık. Posteri paylaşmıştık, proje vardı paylaştık

Tablo 4.19’da görüldüğü gibi eylem planları uygulama sonrası yapılan görüşmelerde öğrencilerin paylaşım amacına ilişkin görüşlerine baktığımızda “Bilinçlendirmek ve eğlenmek” şeklinde ifade ettikleri görülmektedir. Uygulama öncesi yapılan görüşmelerde neleri paylaşıyorsun sorusuna yönelik verilen cevaplara baktığımızda “Paylaşmıyorum” şeklinde cevapladıkları görülmektedir. Uygulama sonrası öğrenci görüşlerine baktığımızda, bilinçlendirmek ve eğlenmek şeklinde ayrımlar yaparak cevaplar vermişlerdir. Öğrencilerden Murat oyun videoları paylaşıyorum, oyun piyasasından haberdar olunsun diye ifade etmiştir. Öğrencilerin paylaşımlarına yönelik görüşleri şöyledir:

Eylül: Bilinçlendirmek ve eğlenmek.

Hakan: Eğlenmek ve bilinçlendirmek

Elif: Yaptığımız şeylerden insanların bilgi sahibi olmasını sağlamak.

Eda: Yaptığımız etkinliklerden velileri haberdar etmek, bilgilendirmek.

Tablo 4.19’da görüldüğü gibi eylem planları uygulama sonrası yapılan görüşmelerde öğrencilerin paylaşılmayan içerik ve bu konuda dikkat ettiğin hususlara ilişkin görüşlerine baktığımızda “Özel olmamasına, yasal olmasına fotoğraflarımı, insanları olumsuz etkilememeye gizli bilgileri, demokratik olmasına” şeklinde ifade ettikleri görülmektedir. Uygulama öncesi yapılan görüşmelerde yarısının “Paylaşmıyorum” şeklinde cevap verdikleri ve herhangi bir açıklama yapmadıklarına görülmektedir. Uygulama sonrası yapılan görüşmelerde açıklama yaparak cevap verdikleri görülmektedir. Öğrencilerden Ezgi “İnsanların gizlilik haklarını ihlal edecek veya gizlilik bildiren, özel hakları, özel hayatımı, kişisel bilgilerimi paylaşmamaya özen gösteririm. Başkasına sormadan fotoğraflarını paylaşmam” şeklinde ifade etmiştir. Elif ise “Özel hayatımın olmamasına, demokratik haklar çerçevesinde olmasına, yasal olmasına dikkat ederim” Öğrencilerin paylaşılmayan içerik ve bu konuda dikkat ettiğin hususlara yönelik görüşleri şöyledir:

Özlem: insanları olumsuz etkileyen, insanları kırmayan, özel bilgilerin olmamasına.

Murat: Kişisel bilgileri, özel yaşamı, gizli bilgileri paylaşmam.

Çınar: Cinsel içerikli olan, küfürlü videolar oluyor paylaşmam, argo olanlara, hayvanlara ve kadınlara şiddet videolarını paylaşmam.

Çiğdem: Özel hayatı paylaşmam. Gizli bilgileri.

Deniz Su: Fotoğrafta çıkan insanları paylaşmam, özel hayatı paylaşmam. Özel olan hayatların olmamasına

Gölnur: Her anımı paylaşmam, her yediğini, her gittiği yeri paylaşmam o neye girerse, özel bilgilerimi paylaşmam. Özel bilgilerin olmamasına, telif hakkı olmamasına, yasal olmasına, kurallara uygun olmasına.

Elif: Özel hayatı paylaşmam, kişisel bilgileri, özel fotoğraflarımı paylaşmam.

Emre: Üsluba, özel olana dikkat edip paylaşmam.

Ali: Gizli bilgileri paylaşmam. Yasal olmayanı paylaşmam dikkat ederim.

Çınar: şiddet içermemesine dikkat ederim, yasal olmasına dikkat ederim. Kurallara uygun olmasına.

Bu araştırmada paylaşım becerisine yönelik yapılan uygulamalardan sonra öğrencilerin paylaşım becerisini pekiştirmek amacı ile öğrencilerin yaptığı ve sunumda yer aldığı proje ve gazete okul tarafından medya üzerinden paylaşılmıştır. Öğrenciler paylaşım becerisi kavramlarına yönelik poster çalışması yaparak sloganlarını oluşturmuşlardır. Öğrencilerin slogan örnekleri az paylaş dikkatli paylaş, dikkatli paylaş zarar görme, özelini paylaşırsan popüler değil ifşa olursun, bilgilerini gizle dikkatli ol, başkalarının fikrini alma kendini kandırma şeklinde çalışmalarına yansımıştır. Dokuzuncu ve onuncu eylem planına ilişkin gelişmelerin bazı örnekleri Görsel 4.8’de gösterilmiştir.



Görsel 4.8. Paylaşım Becerisi Etkinlik Örnekler



Görsel 4.8.(Devam) Paylaşım Becerisi Etkinlik Örnekler

Görsel 4.8’de öğrencilerin paylaşım becerisi için afiş hazırlama süreci öğretmen gözlemlerine yansımıştır. Öğrenciler afiş hazırlama amaçlarının medyada ürünlerin satışları yapılırken başkasının fikirlerinin kullanıldığına dikkat çekmek istediklerini ifade etmişlerdir. Diğer poster için özel hayatların medyada paylaşılmasına dikkat çekmek istediklerini, paylaşımlarda kişisel bilgilerin paylaşılmamasının gerektiğini ifade etmişlerdir. Öğrenciler paylaşım becerisine “Az paylaş, dikkatli paylaş”, “Dikkatli paylaş zarar görme”, “Özelini paylaşırsan popüler değil ifşa olursun”, “Bilgilerini gizle dikkatli ol” şeklinde sloganlarla medya ürünü oluştururken dikkat edilmesi gereken noktaları belirten afişler hazırlamışlardır. Hazırlanan afişleri okulun sosyal medya sayfalarında, öğrenciler ise kendi sayfalarında paylaşmışlardır. Bu durum öğrencilerin paylaşım becerisinde gelişim gösterdiğini ortaya koymuştur.

Sonuç olarak öğrencilerin paylaşım becerisindeki, paylaşım yaparken dikkat edilmesi gereken noktalara yönelik eksiklikler eylem planları ile giderilmeye çalışılmıştır. Öğrencilerin oluşturdukları ürünlerde ve görüşlerinden paylaşımda bulunurken özel hayatın gizliliği, telif hakları, etik ilkeler ve yasal süreç gibi becerinin boyutlarında gelişmeler gözlemlenmiştir.

4.1.6. Aktivizm Becerisi

Öğrencilerin medya okuryazarlığı becerisinin alt becerisi olan Aktivizm Becerisine Yönelik Bulgular, Öğrencileri Aktivizm Becerisi Mevcut Durum, Aktivizm Becerisi Eylem Planları ve Öğrencilerin Aktivizm Becerisindeki Gelişmeler başlıklarında verilmiştir.

4.1.6.1. Öğrencilerin aktivizm becerisi mevcut durum

Öğrencilerin aktivizm becerisi algılarını geliştirmek için uygulama öncesi mevcut durum ön görüşmeler ile belirlenmiştir. Bu amaçla öğrencilere “Medya ürünlerinde seni rahatsız eden içerikler var mı?” “Medya içeriklerinden rahatsız olduğunda neler yapıyorsun? Nasıl tepki gösterirsin?”, “Medya içeriklerinde seni rahatsız eden içeriklerle karşılaştığında başvurabileceğin yerleri biliyor musun? Bu sorular ile öğrencinin aktivizm becerisine yönelik mevcut durumu anlaşılmasına çalışılmıştır. Öğrencilerle yapılan yarı-yapılandırılmış görüşme sonrası öğrencilerin aktivizm becerisindeki konusundaki görüşleri Tablo 4.20’de verilmiştir.

Tablo 4.20. Öğrencilerin Aktivizm Becerisine İlişkin Görüşleri (Mevcut durum)

Temalar	Mevcut Durum (Ön Görüşmeler)	f
Medya mesajlarında rahatsız eden içerikler	Yaşıma uygun olmayan paylaşımlar	5
	Kötü sözler	
	Cinsel içerikli paylaşımlar	3
	Şiddet içeriklere	3
	Küfürlü sözler	3
	Rahatsız olacak şekilde karşılaşmadım	1
	Oyunda küfürlü sözler	1
	Tanıtilan kıyafetler	1
	Tik Tok	1
	Uygunsuz mesajlar	1
	Dolandırıcı mesajlar	1
Medya içeriklerinden rahatsız olduğunda gösterilen tepki	Tepki göstermem	10
	Üç noktadan bildirim	3
	Çok karşılaşmadım	2
	Şikâyet ederim	2
	Sinirlerim kapatırım	2
	Aile büyüklerime sorarım	2
	Arkadaşlarıma sorarım	1
Medya içeriklerinden rahatsız olduğunda tepki göstermek için başvurulacak yerler	Bilmiyorum	11
	Engellerim	4
	Şikâyet bölümünde bildirim	4
	Rapor ederim	2
	RTÜK’e şikâyet ederim	2
	Polise bildirim	1
	Devlete	1

Tablo 4.20’de. Görüldüğü gibi, eylem planları uygulaması öncesi yapılan ön görüşmelerde öğrenciler sorulara daha çok kısa yanıtlar vermiş açıklama yapmamışlardır. Öğrencilerin uygulama öncesi medya mesajlarında rahatsız eden içeriklere ilişkin görüşlerine baktığımızda, yaşına uygun olmayan paylaşımlar, kötü sözler, cinsel içerikli paylaşımlar, şiddet içeriklere, küfürlü sözler, rahatsız olacak şekilde karşılaşmadım, oyunda küfürlü sözler, tanıtılan kıyafetler, tik tok, uygunsuz mesajlar, dolandırıcı mesajlar” olarak ifade ettikleri görülmektedir. Tablo 4.20’de görüldüğü gibi öğrencilerin medya mesajlarında rahatsız eden içerikleri yaşına uygun olmayan paylaşımlar şeklinde ifade etmiş fakat bu paylaşımların içeriğine yönelik açıklama yapmamışlardır. Öğrencilerin medya mesajlarında rahatsız eden içeriklere yönelik görüşleri şöyledir:

Çiğdem: Gereksiz trendyol kıyafet paylaşımları.

İrmak: Youtube gibi yerlerde çok kötü içerikler var. Herkes görüyor. Yaşıma uygun değil.

Berkay: Yok karşılaşmadım.

Eylül: Küfürlü sözler.

Ali: Küfürlü sözler yaşına uygun olmayan paylaşımlar.

Elif: O kadar rahatsız eden olmadı.

Özlem: Yaşıma uygun olamayanlar, şiddet gösterenler, hayvanlara şiddet gösterenler.

Ezgi: Cinsel içerikli artı on sekiz olan.

Hakan: Kötü şeyler konuşulması, cinsel içerikli artı on sekiz olanlar.

Eda: Dolandırma mesajları, uygunsuz mesajlar, her türden şiddet, artı on sekiz.

Tablo 4.20’de görüldüğü gibi eylem planları uygulaması öncesi yapılan ön görüşmelerde öğrencilerin medya içeriklerinden rahatsız olduğunda gösterilen tepki ve neler yaptıklarına ilişkin görüşlerine baktığımızda “Tepki göstermem, üç noktadan bildiririm, çok karşılaşmadım, şikâyet ederim, sınırlarım kapatırım, aile büyüklerime sorarım” şeklinde ifade ettikleri görülmektedir. Tablo 4.20’de görüldüğü gibi öğrenciler medyadaki içerikleri yalnızca sosyal medya içerikleri olarak algıladıkları görülmüştür. Öğrencilerin yarısı “Tepki göstermem” şeklinde bazıları ise çok yaygın olarak kullanılan bir uygulamanın bildirim bölümünden tepki gösterdiğine yönelik cevap vermiştir. Öğrencilerin medya içeriklerinden rahatsız olduğunda gösterilen tepki ve neler yaptıklarına yönelik görüşleri şöyledir.

Murat: Tepki göstermem, içimden sinirlenirim.

Eda: Tepki göstermem aileme danışırım.

Ezgi: karşı tarafa bildiririm, üç noktadan bildiriyoruz.

Elif: Tepki göstermem.

Emre: Sosyal medya kuruluşlarına şikâyet ederim.

Eylül: Sinirlenirim kapatırım.

Çiğdem: Arkadaşlarıma sorarım.

Tablo 4.20’de görüldüğü gibi, eylem planları uygulaması öncesi yapılan ön görüşmelerde öğrenciler sorulara daha çok kısa yanıtlar vermiş açıklama yapamamışlardır. Öğrencilerin uygulama öncesi medya içeriklerinden rahatsız olduğunda tepki göstermek için başvuracağı yerlere ilişkin görüşlerine baktığımızda “Bilmiyorum, engellerim, şikâyet bölümünde bildiririm, rapor ederim, RTÜK’e şikâyet ederim, polise bildiririm, devlete bildiririm” şeklinde ifade ettikleri görülmektedir. Tablo 4.20’de görüldüğü gibi öğrencilerin medya içeriklerinden rahatsız olduğunda gösterilen tepki/ başvuracağın yerlere ilişkin yarısından fazlasının “Bilmiyorum” şeklinde ifade ettiği görülmektedir. Öğrencilerin medya içeriklerinden rahatsız olduğunda gösterilen tepki/ başvuracağın yerlere yönelik görüşleri şöyledir:

Çiğdem: Yok bilmiyorum. Rapor edilebiliyor. Sosyal medyada bildirim var.

Murat: Bilmiyorum.

Berkay: Bilmiyorum.

Irmak: RTÜK var.

Eylül: Engellerim.

Ali: Rapor ederim engellerim.

Emre: Şikâyet ederim. Daha bilindik şeyler bilmediğim sayfaya girmem.

Elif: Sosyal medyada şikâyet etme kısmı var. Şikâyet ederim.

Ezgi: Engellerim, bildirimde bulunurum, polise giderim.

Eylem uygulaması öncesi mevcut durumu tespit etmek amacıyla yapılan ön görüşmelerde öğrencilerin medya okuryazarlığının alt becerisi olan aktivizm becerisinde medya içeriklerine yönelik rahatsız olduğu durumlarda hukuki çerçevede demokratik tutum alıp davranışlarda bulunmasına yönelik ve rahatsız olduğunda başvurabileceği kurum ve kuruluşlara yönelik eksiklerin olduğu görülmektedir.

4.1.6.2. Aktivizm becerisi eylem planları

Aktivizm becerisine yönelik mevcut durum belirleme çalışmaları sonucunda öğrencilerin aktivizm becerisini geliştirmeye ihtiyacın olduğu ortaya çıkmıştır. Beceriye geliştirmek amacı ile “Türkiye Cumhuriyeti Devleti’nin temel niteliklerini toplumsal hayattaki uygulamalarla ilişkilendirir”. Kazanımına yönelik ders planı hazırlanarak uzman görüşüne sunulmuştur. Uzmanların görüşleri doğrultusunda 04.06.2021 tarihinde ders planı uygulanmıştır. Aktivizm becerisini geliştirmeye yönelik bu derste bireylerin medya

kurumlarından, araçlarından, içeriklerinden rahatsız oldukları durumlarda demokratik haklarını kullanarak hukuki çerçevede takınmaları gereken durumların üzerinde durulmuştur. Bu bağlamda derslerde edinilen beceriyi medya içeriklerinden rahatsız olduğu örnek bir durumu dilekçe örneği şeklinde etkinlik yaptırılmıştır. Aktivizm becerisini geliştirmeye yönelik on birinci eylem planı Tablo 4.21’de gösterilmiştir.

Tablo 4.21. *Aktivizm Becerisine İlişkin Onuncu Eylem Planı.*

Dersin adı	Sosyal Bilgiler
Sınıf	7B
Süre	30+30
Öğrenme Alan	04.06.2021
Konu	Türkiye Cumhuriyeti’nin Temel Nitelikleri
Kazanımları	SB.7.6.3. Türkiye Cumhuriyeti Devleti’nin temel niteliklerini toplumsal hayattaki uygulamalarla ilişkilendirir.
Yöntem ve Teknikler	Sunuş yolu, Buluş Yolu, Anlatım tekniği, Soru- cevap yöntemi,
	I.GİRİŞ
Dikkati Çekme	Öğretmen “Medya aktivizmi ne demek?” sorusunu sorar.
Güdüleme	Dersimizde medya aktivizmi ne demek, medyada uygun olmayan ifadeler ne anlama geldiğini ve bunun için yapabileceğimizi kavramış olacağız.
Gözden Geçirme	Bilinçli bir medya okuryazarı olarak medya içeriklerinde rahatsız olduğumuzda demokratik haklarımızı kullanarak nasıl tepki göstereceğimizi ve nerelere başvurabileceğimizi öğrenmiş olacağız.
Derse Geçiş	Demokratik ülkenin özellikleri öğrencilere sorulur.
	II. GELİŞTİRME

Öğretmen öğrencilerin cevaplarından yola çıkarak demokratik bir ülkenin özelliklerinin çıkarımı yaptırır. Öğretmen öğrencilere birazdan bir senaryo göstereceğini ve senaryo üzerinden altı şapkalı öğrenme tekniğini uygulayacağını söyler.

Öğrenciler teknik hakkında bilgi verir. (Her öğrenci giydiği şapka ile ilgi düşüncesini belirtecektir)

ALTI ŞAPKALI ÖĞRENME TEKNİĞİ İLE DİJİTAL AKTİVİZM

Hafta sonunu ailesi ile verimli ve keyifli bir şekilde geçirmek isteyen Elif, annesi ve babasının da fikrini alarak bir film açar ve ailesi ile izlemeye başlarlar.

Filmin başında akıllı işaretlerden “Genel İzleyici Kitle” ibaresi bulunmasına rağmen filmde rahatsız edici şiddet içeriklerine yer verildiğini gören Elif, kendini kötü hissederek filmi kapatır.

Anne ve babasına şu soruyu sorar: “Bu filmde rahatsız olduğum sahnelerle ilgili demokratik haklarımı kullanarak filmle ilgili itirazlarımı dile getirebileceğim kurum veya kuruluşlar var mıdır?”

Tablo 4.21. (Devam) *Aktivizm Becerisine İlişkin Onuncu Eylem Planı.*

Anne: Medya üzerinden karşımıza çıkan içeriklerden duyduğumuz rahatsızlığı iletmek ve haklarımızı korumak amacıyla bizlere hizmet veren RTÜK ve Gazeteciler Cemiyetine şikâyet mektubu yazabiliyoruz.

Elif: O zaman ben de bir birey olarak bu filmle ilgili bir şikâyet mektubu yazabilirim.

Baba: Şikâyet hakkını kullanabilmen için 18 yaşını doldurmuş olman gerekiyor. Ancak hakkını bizim onayımız ile kullanabilirsin. İstersen bu şikâyetini biz senin adına, velin olarak ilgili mercilere yapabiliriz.

Öğrencilerin örnek olaydan yola çıkarak takılacakları şapkalar:

Kırmızı şapka: Duygular, kişinin içinden geçenler (yaşanan olaydan dolayı Elif'in hissettiklerini söyleyecek olan öğrenciler)

Sarı şapka: Olaya iyimser bakan (Elif'in yaşadığı olaya iyimser bakan öğrenciler)

Yeşil şapka: Yenilikçi, yaratıcı (Elif'in yaşadığı olaydan yaratıcı fikirler çıkarabilecek öğrenciler)

Siyah şapka: Olaya karamsar bakan, olumsuzlukları, riskleri, o kararın alınması durumundaki tehlikeleri temsil eder. (Elif'in yaşadığı olaya karamsar olarak bakan öğrenciler)

Beyaz şapka: Tarafsız, bilimsel, objektif şapka, asla yorum yapmaz (Elif'in yaşadığı olayda başvuracağı yerleri söyleyecek olan öğrenciler. Öğretmen öğrencilerin cevabından sonra RTÜK ve Gazeteler Cemiyetinin çıkarımını yaptırır. Öğretmen aktivizm ile ilgili yasal süreçler hakkında sunuş yolu ile bilgi verir.)

Mavi şapka: Karar veren, değerlendiren şapka (Elif'in yaşadığı olayla ilgili karar verecek olan öğrenciler)

Öğretmen www.ihbarweb.org.tr hiç duydunuz mu? Sorusunu sorar.

Öğretmen www.ihbarweb.org.tr hakkında bilgi verir ve paylaşım için öğrenciye yetki vererek paylaşmasını ister, sayfa üzerinde uygulamayı gösterir.

III. SONUÇ

Ölçme ve Dersin sonunda öğretmen buluş yolu yöntemi ile öğrencilere sorular sorarak:

Değerlendirme Medya okuryazar olarak medya aktivizm çıkarımı yaptırılır.

Alıştırma/Ödev Öğrencilere Word dosyası şeklinde hazırlanmış olan bir şikâyet mektubu örneği gönderilecektir. Öğrenciler rahatsız oldukları bir medya içeriği ile ilgili şikâyet mektubu yazıp öğretmene iletilecektir.

Ders planda belirtildiği şekilde işlenmiştir. Bu plan kapsamında aktivizm becerisini geliştirmek için bireylerin medya kurumlarından, araçlarından, içeriklerinden rahatsız oldukları durumlarda demokratik haklarını kullanarak hukuki çerçevede takınmaları gereken tutumların üzerinde durulmuştur. Aktif bir vatandaş olarak paylaşım içeriklerinden rahatsız olduğu durumlarda hangi kurumlara başvuracağına yönelik bilgi verilmiştir. Öğretmen derse öğrencilere medyada aktivizm sorusunu sorarak başlamıştır. Öğrenciler kavramı bilmediklerini “Bilgi vermek gibi bir şey olabilir, proje olabilir” şeklinde cevaplar

vermişlerdir. Öğrencilerden Eylül “Medyada film izlemek gibi bir şey mi” şeklinde cevap vermiştir. Öğretmen dersin sonunda bu kavramın ne demek olduğunu öğrenmiş olacağız cevabını vermiştir. On birinci eylem planı 04.06.2021 tarihinde Cuma günü saat 11.15’de video ders kayıtlarına bir bölümü şu şekilde yansımıştır:

Öğretmen: Çocuklarım “Medyada aktivizm ne demek?” Bir fikriniz var mı?

Irmak: Hocam mesela benim aklıma direk medya bilgi verir eğlendirir gibi şeyler geliyor.

Bunlara mı deniliyor aktivizm.

Özlem: Hocam medyadaki aktivitelerle ilgili bir şey sanırım.

Ezgi: Hocam bir proje gibi mi?

Öğretmen öncelikle medya aktivizmin ne anlama geldiğini açıklamıştır. Öğretmen konu kapsamında demokratik ülke özelliklerinin neler olabileceğini sormuştur. Öğrenciler “Adaleti sağlayan, adaletli ve kuralları olan, düşüncesini söyleyebilen ama saygı çerçevesinde olan ülke” cevaplarını vermişlerdir. Öğrencilerden Elif ise “Düşüncesini özgürce söyleyebilen ama başkasına saygısızlık yapmadan” şeklinde cevap verdiği görülmektedir. Verilen cevaplar kayıtlara şu şekilde yansımıştır:

Öğretmen: Demokratik ülkenin özelliği deyince sizde neyi çağırıştırıyor?

Çiğdem: Adaletli ülke adaleti sağlayan

Çınar: Hocam bence de adaletli bir ülke kuralları olan bir ülke, yasalara uyan ülke.

Murat: Hocam böyle adaletli bir ülke, özgürlüklerin olduğu, başkalarının fikrini dinleyen, onlara saygı duyan.

Ali: Böyle Adaletli ülke insanların hakkını veren ülke.

Öğretmen ders planında yer alan aktivizm becerisini geliştirmeye yönelik hazırlanan kısa bir örnek olay öğrencilere okutmuştur. Daha sonra öğrencilere altı şapka öğrenme tekniği uygulanmıştır. Her şapkayı iki öğrenci takmıştır. Altı şapka tekniği ile medyada aktivizm çıkarımı yaptırmıştır. Öğretmen olayda geçen öğrencinin rahatsızlığını yasal hakkını kullanarak nerelere başvurabileceğini sorusunu sormuştur. Öğrenciler “RTÜK’e başvurabilir, şikâyet hakkını kullanabilir” şeklinde cevaplar vermişlerdir. Verilen cevaplar kayıtlara şu şekilde yansımıştır:

Öğretmen: Çocuklar olayda geçen öğrencinin rahatsız olduğu durumu yasal yollarla medya aktivizmi çerçevesinde nasıl davranması gerekir?

Murat: Şikâyet hakkını kullanabilir.

Beren: RTÜK’e şikâyet edebilir.

Irmak: Şikâyet mektubu yazabilir.

Öğretmen öğrencileri altı şapkalı tekniğe göre düşündürmeye yönlendirmiştir. Öğrencilerin takındığı şapkaya göre fikir yürütmelerini yönelik rehberlik etmiştir. Öğretmen önce kırmızı şapkanın düşüncesini sormuş öğrenci takındığı şapkaya bağlı olarak ilk başta korkmuş ve paniklemiş olabileceğini söylemiştir. Siyah şapka ise şiddet içerikli olduğu için kötü örnek almış olabileceğini söylemiştir. Yeşil şapka ise annesine benim haklarım var demesi ve öğrenmesi iyi bir şey olduğunu söylemiştir. Verilen cevaplar kayıtlara şu şekilde yansımıştır:

Öğretmen: Kırmızı şapka Elif ile ilgili ne söyleyebilirsiniz?

İrmak: Hocam bu şiddet içerikli filmi izlediğinde ilk başta korkmuş olabilir ve psikolojisi bozulmuş olabilir, paniklemiş olabilir. Ama bu haklarımın olup olmadığını sorduğu için bilinçli olur.

Öğretmen: Siyah şapka Elif ile ilgili ne söyleyebilirsiniz?

Eylül: Hocam yani bence şiddetle ilgili olduğu için kötü örnek almış olabilir. Korkmuş olabilir psikolojisi açısından.

Berkay: Hocam korkmuş olabilir. Panik yapmış olabilir ve psikoloji bozulmuş olabilir.

Öğretmen: Yeşil şapka Elif ile ilgili ne söyleyebilirsiniz?

Elif: Hocam annesine gidip benim haklarım var diye sorması onun için iyi. Hakkını araması iyi bir durum bilinçlenmiş olur.

Özlem: Hocam yeni çözümler bulabilmiş olur.

Çınar: Hocam Elif'in film izlemesini istiyor olabilir. Film izlerken kültürü artar. Duyarlı olur.

Öğretmen derse beyaz şapkanın Elif için neler söyleyebileceğini sormuştur. Öğrenciler RTÜK'e şikâyet edebilir, bilgi edinmiş oldu, olumsuz olarak da psikolojisi etkilenmiş olabilir şeklinde cevap vermişlerdir. Mavi şapkadaki öğrenciler ise annesinden haklarını öğrenmesi bilinçlenmesini sağlamış ve on sekiz yaşından küçük olduğu için annesi babasına yardım etmiş ve haklarını öğrenmiş olabilir şeklinde cevaplar vermişlerdir. Mavi şapkadaki öğrenciler aynı zamanda genel izleyici kitlesi olan bir filmde etkileyici bir şiddetin olmadığı yanıtını vermiştir. Verilen cevaplardan öğrencilerin bireysel farklılıkları dikkate almadığı görülmektedir. Örnek olaydaki öğrencinin hassas bir çocuk olduğu yanıtı verilmiştir. Öğretmen bireysel farklılıkların olabileceğinin bir olayın her bireyi farklı etkileyebileceğinin bilgisini vermiştir. Bunun için medya içeriklerine dikkat edilmesi gerektiğinin vurgusunu yapmıştır. Verilen cevaplar kayıtlara şu şekilde yansımıştır:

Öğretmen: Beyaz şapka Elif ile ilgili ne söyleyebilirsiniz?

Ezgi: Hocam Radyo ve Televizyon Üst Kuruluna şikâyet edebilir. Olumlu olarak bunun hakkında bilgi edinmiş olacak yani deneyim kazanmış olacak olumsuz olarak dediğiniz gibi bu olay psikolojisini etkileyebilirdi. Olumlu da olumsuzda bunlar olabilir.

Öğretmen: Mavi şapka Elif ile ilgili ne söyleyebilirsiniz?

Ali: Yani hocam bir yere şikâyet ederek doğru yapmış bence. Ama Hocam bence bilmiyorum ama genel izleyici kitlesi işareti varmış. Aslında yani ne bileyim Hocam Elif çok hassas bir çocukmuş. Bu işaretlerde çok fazla şiddet olma, şiddetleri çok etkilemez. Çıkarttığım bu fazla gereksiz hassasmış. Yani genel izleyicinin olduğu işaretiydi baştaki bir işaretten de rahatsız olmazsın.

Gülnur: Hocam ailesine sorarak haklarını öğrenmesi ve bilmesi de iyi bir şey haklarını öğrenmesi iyi bir şey izlemesi de. Ama gerçekten Ali'nin de dediği gibi başlarında filmlerin işaret veriliyor onu görerek izlemesi de yani birazcık hassas çocukmuş.

Ali: Annesi ve babasının yardım etmesi lazım çünkü 18 yaşına kadar şikâyeti kendisi yapamıyor.

Öğretmen medyanın içeriklerinden rahatsız olduğumuzda Gazeteciler Cemiyetine başvurabileceğinin açıklamasını yapar. Öğretmen aynı zamanda www.ihbarweb.org.tr sitesinin amacını açıklar. Öğrencilere sayfayı ekrana yansıtarak uygulamalı olarak gösterir. Öğretmen dersin sonunda öğrencilere örneğimizden yola çıkarak özet olarak medya aktivizm için ne diyebiliriz sorusunu sormuştur. Öğrenciler rahatsız olduğunda dilekçe yazabilir, Gazeteciler Cemiyetine başvurabilir, www.ihbarweb.org.tr sitesine başvurabilir şeklinde cevaplar vermişlerdir. Verilen cevaplar kayıtlara şu şekilde yansımıştır:

Öğretmen: Çocuklar medya aktivizm becerimizi kullanarak medyanın içeriklerinden rahatsız olduğumuzda nerelere başvurabiliriz.

Irmak: Hocam RTÜK'e başvurabiliriz.

Özlem: Gazeteciler Cemiyetine başvurabiliriz.

Ali: Dilekçe yazabiliriz.

Aktivizm becerisine yönelik yapılan on birinci ders uygulamasından sonra Öğretmen gözlemlerini günlüğüne yansıtmıştır. Öğretmenin gözlemleri günlüğüne şu şekildedir yansımıştır:

Bugün aktivizm becerisi yönelik son eylem planını uyguladık. Aynı zamanda araştırmamızın da son planıydı. Her hangi bir sorun yaşamadık öğrencilerin istekli katılımı ile tamamladık. (Öğretmenin günlüğü 04 Haziran 2021).

4.1.6.3 Öğrencilerin aktivizm becerisindeki gelişmeler

Öğrencilerin aktivizm becerisi algılarının nasıl geliştiğini anlamak amacıyla eylem planlarının uygulaması sonrasında öğrencilerle görüşmeler yapılmış, gözlem video kayıtları analiz edilmiş, öğrenci ürünleri incelenmiştir. “Medya ürünlerinde seni rahatsız eden içerikler var mı?” “Medya içeriklerinden rahatsız olduğunda neler yapıyorsun? Nasıl tepki gösterirsin?”, “Medya içeriklerinde seni rahatsız eden içeriklerle karşılaştığında

başvurabileceğin yerleri biliyor musun?” Soruları sorulmuştur. Bu sorular ile öğrencinin aktivizm becerisine yönelik gelişimi anlaşılmaya çalışılmıştır. Öğrencilerle yapılan yarı-yapılandırılmış görüşme sonrası öğrencilerin aktivizm beceri konusundaki görüşleri Tablo 4.22’de verilmiştir.

Tablo 4.22. Öğrencilerin Aktivizm Becerisinin Gelişimine Yönelik Görüşleri

Temalar	Mevcut Durum ((Son Görüşmeler))	F
Medya mesajlarında rahatsız eden içerikler	Kullanılan üslup	9
	Cinsel içerikli videolar	7
	Şiddet içeren görüntüler	6
	Reklamlar	5
	Nefret içeren içerikler	2
	Yaşıma uygun olmayan içerikler	1
	Yanıltan videolar	1
	Savaş görüntüleri	1
	Yemek yeme videoları	
	Medya içeriklerinden rahatsız olduğunda gösterilen tepki/	Şikâyet ederim
Bildirimde bulunurum		6
Engelliyorum		1
Medya içeriklerinden rahatsız olduğunda tepki göstermek için başvuracağın yerler	RTÜK’e şikâyet ederim	15
	Uygulamanın bildirimine bulunurum	10
	Dilekçe yazarım	7
	Gazeteciler Cemiyetine şikâyet ederim	5

Tablo 4.22’de görüldüğü gibi eylem planları uygulama sonrası yapılan görüşmelerde öğrencilerin medya mesajlarında rahatsız eden içeriklere ilişkin görüşlerine baktığımızda kullanılan üslup, cinsel içerikli videolar, şiddet içeren görüntüler, reklamlar, nefret içeren içerikler, yaşıma uygun olmayan içerikler, yanıltan videolar, savaş görüntüleri, yemek yeme videoları olarak ifade ettikleri görülmektedir. Uygulama öncesi yapılan görüşmelerde medya mesajlarında rahatsız eden içeriklere yönelik görüşlerine verilen cevaplara baktığımızda kısa cevaplar vererek açıklama yapmadıkları görülmektedir. Uygulama sonrası öğrenci görüşlerine baktığımızda her öğrencinin uzun cevaplar verdiğini, rahatsız olduğu içerikleri çeşitlendirerek açıklamalar yapıldığı görülmüştür. Öğrencilerden Murat “Şiddet içerikli videolar beni rahatsız ediyor şeklinde cevap vermiştir. Öğrencilerin medya mesajlarında rahatsız eden içeriklere yönelik görüşleri şöyledir:

Özlem: Evet rahatsız oluyorum, yaşıma uygun olmayan içerikler. Cinsel içerikli videolar, şiddet videoları beni rahatsız ediyor.

Elif: Evet var. İnsanların üslup biçimleri, kullandıkları dil. Dikkat etmeden yapılan konuşmalar, yazıla. Beni rahatsız ediyor.

- Beren: Tabi ki var. Ünlü olmak için paylaşılan paylaşımlar. Toplumda paylaşılmaması gereken şeyler. Cinsel içerikli paylaşımlar.
- Irmak: Şiddet içerikli görüntüler, kullanılan üslup. Gereksiz reklamlar.
- Gölnur: Çoğunlukla gereksiz uzun reklamlar, kullanılan üslup, cinsel içerikli paylaşımlar.
- Deniz Su: Evet var. Şiddet içerikli görüntüler var. Televizyonlarda şiddetle ilgili şeyler veriyorlar. Yanımızda küçükler oluyor, onlara kötü örnek oluyorlar.
- Emre: Var. Şiddet içerikleri, kullanılan üslup.
- Ali: Olabiliyor. Medyada normal şeylere bakmak için bir anda küfürlü ve argo şeyler çıkabiliyor.
- Çiğdem: Evet var. Cinsel içerikler, müstehcen paylaşımlar bunlardan rahatsız oluyorum.
- Çınar: Savaş görüntüleri mesela var. Savaşı fırsat bilen paylaşımlar. Mesela Rusya ve Ukrayna'da savaş var, videoda diyor ki kapımız Ukraynalılara açık ama kadınlara kapımız açık. Bence bu komik olmayan çirkin bir paylaşım. Marketler fiyat yükseltiyor temizlik ürünleri falan reklamlarda çok ucuzmuş gibi gösteriyorlar. Ama bir gidiyorsunuz fiyatlar öyle değil yanıltıyorlar.
- Ezgi: Evet var. İnsanları kötü yönlendiriyorlar. Nefret içerikli paylaşımlar, diğer insanları aşağılıyorlar, küçümsüyorlar. Sürekli kendi tarafını savunuyor ise bundan rahatsız oluyorum.

Tablo 4.22'de görüldüğü gibi eylem planları uygulama sonrası yapılan görüşmelerde öğrencilerin medya içeriklerinden rahatsız olduğunda gösterilen tepki ilişkin görüşlerine baktığımızda şikâyet ederim, bildirimde bulunurum, engelliyorum olarak ifade ettikleri görülmektedir. Uygulama öncesi yapılan görüşmelerde medya içeriklerinden rahatsız olduğunda gösterilen tepki ve yapılanlara yönelik görüşlerine verilen cevaplara baktığımızda öğrencilerin yarısı "Tepki göstermem" şeklinde cevaplar verdikleri görülmektedir. Uygulama sonrası öğrenci görüşlerine baktığımızda öğrencilerin tamamı şikâyet ederek tepki gösterdiklerini, bildirimde bulduklarını ifade ettikleri görülmüştür. Öğrencilerden Irmak RTÜK'e şikâyet ederim şeklinde cevap verdiği görülmektedir. Öğrencilerin medya içeriklerinden rahatsız olduğunda gösterilen tepki/ neler yapıyor sun sorusuna yönelik görüşleri şöyledir:

- Özlem: Evet tepki gösteririm. Bildirimde bulunarak şikâyet ederim. RTÜK'e şikâyet edilebilir.
- Elif: Gösterdiğim zamanlar oluyor. Bildirimde bulunarak şikâyet ederim. Rapor ederim Instagramda kaldırılmasını istiyorum.
- Çınar: Uygulamaların hepsinde şikâyet et bölümü var. Hangi konuda istediğini şikâyet ediyorsun onlar ilgileniyor. Şikâyet ederim.
- Murat: Şikâyet ederim, Bildirimde bulunuyorum RTÜK'e şikâyet ederim.

Tablo 4.22’de görüldüğü gibi eylem planları uygulama sonrası yapılan görüşmelerde öğrencilerin medya içeriklerinden rahatsız olduğunda gösterilen tepki/başvuracağı yerlere ilişkin görüşlerine baktığımızda “RTÜK’e şikâyet ederim, uygulamanın bildirimine bulunurum, dilekçe yazarım, Gazeteciler Cemiyetine şikâyet ederim şeklinde” ifade ettikleri görülmektedir. Uygulama öncesi yapılan görüşmelerde medya içeriklerinden rahatsız olduğunda gösterilen tepki/başvuracağı yerlere yönelik görüşlerine verilen cevaplara baktığımızda yarısından fazlasının bilmiyorum şeklinde cevapladıkları görülmektedir. Uygulama sonrası öğrenci görüşlerine baktığımızda öğrencilerin yarısından fazlasının RTÜK’e şikâyet ederim şeklinde cevaplar vermişlerdir. Öğrencilerden Ali “Yasal hakkımızı kullanarak RTÜK’e şikâyet edebiliriz” şeklinde cevap vermiştir. Öğrencilerin medya içeriklerinden rahatsız olduğunda gösterilen tepki/başvuracağı yerlere yönelik görüşleri şöyledir:

Berkay: RTÜK’e şikâyet ederim. Bildirimde bulunurum, yasal haklarımı kullanırım.

Çınar: Uygulamadan şikâyet ederim, bildirimde bulunurum, RTÜK’e şikâyet ederim.

Çiğdem: RTÜK’e şikâyet ederim, derste görmüştük bir şey daha vardı. Gazeteciler Cemiyetine başvurabiliriz. Ama yaşımız geldiğinde.

Deniz Su: RTÜK’e şikâyet edilebilir. Gazeteciler Cemiyeti’ne başvurabiliriz.

İrmak: RTÜK’e başvurabiliriz. Dilekçe yazabiliriz.

Ezgi: RTÜK’e başvurulabilir, uygulamada bildirimde bulunabilir, sosyal medyada üç nokta işareti ile bildiriyorum bunu kullanıyorum. Yaşımız uygun olduğunda dilekçe yazarız. Bir de derste işledik Gazeteciler Cemiyetine başvurabiliriz.

Öğretmen öğrenciler ile mevcut durumu belirlemek için yaptığı ön görüşmelerde öğrenciler kısa cevaplar vererek, tepki göstermem, bilmiyorum şeklinde görüşlerini ifade ederken, yapılan son görüşmelerde öğrenciler sorulan sorularda uzun açıklama yaparak, demokratik haklarını yasal olarak başvuracağı kurum ve kuruluşlar ile ilgili açıklamalar yaptıkları görülmektedir.

Bu araştırmada aktivizm becerisine yönelik yapılan uygulamadan sonra öğrencilerin aktivizm becerisini pekiştirmek amacı ile öğrencilerden rahatsız oldukları bir medya içeriği ile ilgili örnek bir dilekçe yazmaları istenmiştir. Öğrencilerden Deniz Su rahatsız olduğu medya içeriği ile ilgili dilekçesi Görsel 4.9’da sunulmuştur.

RADYO VE TELEVİZYON ÜST KURULUNA

Televizyon kanalında akşamları yayımlanan [redacted] dli dizide çok fazla şiddet içerikli görüntüler yer almaktadır. Dizi karakterleri sürekli silah kullanma, insanları öldürme, intikam alma üzerine oluşturulan karakterler. Bu dizinin karakterleri çocuklar ve gençler için olumsuz davranışlar sergilemekte, olumsuz model oluşturabilmekte. Gençler ve çocuklar bir problemle karşılaştığında dizilerdeki karakterleri örnek alarak problemi şiddete başvurarak çözmeye çalışmaktadırlar.

Gereğinin yapılmasını azr ederim.

İletişim: [redacted]
Soyadı: [redacted]
Mail: [redacted].com

Ad-Soyadı: [redacted]
İmza: [redacted]

Görsel 4.9. Aktivizm Becerisi Dilekçe Örneği

Görsel 4.9’da öğrencilerin aktivizm becerisi için örnek dilekçelere yönelik öğrenci görüşleri öğretmen gözlemlerine yansımıştır. Öğrenciler dilekçelerinde şiddet içerikli görüntülerden, sokak hayvanları ile ilgili paylaşılan görüntülerden, kadınların dizide karakter olarak zayıf gösterilmesinden, reklamların uzun süreli yayınlanmasından rahatsız olduklarını ve bunun için dilekçe yazdıklarını ifade etmişlerdir. Bu durum öğrencilerin aktivizm becerisinde gelişmelerin olduğunu göstermiştir.

Sonuç olarak öğrencilerin aktivizm becerisinde medya içeriklerinde rahatsız oldukları durumlarda nasıl tutum ve davranış alacaklarına yönelik eksiklikler eylem planları ile medya içeriklerine demokratik haklarını kullanarak takınması gereken boyutlarda geliştirilmiştir.

5. SONUÇLAR, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Araştırmanın bu bölümünde bulgular kapsamında elde edilen sonuçlar, tartışma ve araştırma sonuçlarına yönelik geliştirilen öneriler yer almaktadır.

5.1.Sonuçlar

Bu araştırmanın sonucunda sosyal bilgiler dersinde öğrencilerin medya okuryazarlığı becerisindeki eksikliklerinin belirlenebileceği, bu eksiklikler doğrultusunda ders planları hazırlanabileceği ve öğrencilerin medya okuryazarlığı becerisinin geliştirilebileceği sonucu ortaya çıkmıştır. Öğrencilerin medya okuryazarlığı becerisinin geliştirilmesinde eylem araştırması deseninden yararlanılabileceği belirlenmiştir. Bu kapsamda medya okuryazarlığı becerisi kapsamında alt becerilerde öğrencilerin var olan eksiklikleri, uygulanan eylem planları ve öğrencilerin becerilerindeki gelişmelere ilişkin sonuçlara yer verilmiştir.

5.1.1. Öğrencilerin farkındalık becerisine ilişkin sonuçlar

Öğrencilerin medya okuryazarlığında farkındalık becerisinin eksiklikleri kapsamında, öğrenciler medya okuryazarlığının maruz kaldığı farklı türlerdeki medya mesajlarının farkında olma, gerçek ile kurguyu ayırma, medya mesajındaki ön yargı ve kalıp yargıyı fark etme, bakış açılarının farkında olma, eleştirel bakabilme gibi medyanın temel kavramlarını bilmedikleri, medya mesajını daha çok sosyal medya mesajları olarak algıladıkları belirlenmiştir. Öğrencilerin medyada çıkan mesajların gerçekliği konusunda net bir görüşlerinin olmadığı belirlenmiştir. Bununla birlikte öğrenciler medyanın dili ve çekiciliği, medya mesajının temsiliyeti ve medya mesajında hedef kitle konusunda bilgisi olmadıkları görülmüştür.

Öğrencilerin farkındalık becerisinin geliştirilmesi için ders planlarında medya mesajının amacının farkındalığı, kullanılan dil ve çekicilik, ön yargılar, kalıp yargıların kullanımı, medyada temsiliyet gibi konulardan hazırlanmış ve uygulanmıştır.

Öğrencilerin medya okuryazarlığı becerisi geliştirmek için uygulanan ders planları sonrasında öğrencilerin hedef kitle, etkileme yöntemleri, eleştirel bakma gibi temel medya kavramlarını öğrenmişlerdir. Öğrenciler uygulama sonrasında medya mesajlarının amaçları,

mesajların gerçekliği yansıtmayı/yansıtmaması, medyanın dili ya da çekiciliği, medyada temsiliyet kavramı, medyada hedef kitleyi açıklayabilmeleridir. Gelişmeler öğrenci ürünlerinde de ortaya çıkmıştır. Öğrenciler oluşturdukları ürünlerde ürünü oluşturma amaçlarını, kullandıkları renkleri, hedef kitlelerinin kimler olduğunu yönelik açıklama yapmışlardır.

5.1.2. Öğrencilerin erişim becerisine ilişkin sonuçlar

Öğrencilerin medya okuryazarlığında erişim becerisi eksiklikleri kapsamında, öğrenciler daha çok sosyal medya kaynaklarından yararlandıklarını ifade etmişlerdir. Bununla birlikte öğrenciler medyayı daha çok genel bilgi edinme amaçlı kullandıklarını ve Google'dan yararlandıklarını söylemişlerdir. Öğrenciler karşılaştıkları medya içeriklerini yeterli düzeyde değerlendirememişlerdir. Ayrıca öğrencilerin bir vatandaş olarak medya araçlarından yararlanırken hak ve sorumluluklarını bilmedikleri belirlenmiştir. Dolayısıyla öğrencilerin erişim becerisi konusunda bu eksikliklerinin olduğu tespit edilmiştir.

Öğrencilerin erişim becerisini geliştirmek için amaçları doğrultusunda medyanın kullanımı, doğru ve doğrulanabilirlik, amaç ölçütü, güncel bilgi, bilginin sınırlandırılması gibi konularında ders planları uygulanmıştır.

Öğrenciler uygulama sonrasında medyada kullanılan araçların, bir vatandaş olarak nasıl yararlanabileceğini açıklamış, medya kullanımında sorumluluklarının olduklarına, sorumluluklarının kişisel haklara dikkat etmesi gerektiğini anlamışlardır. Ayrıca öğrenciler medya kullanırken iletişim diline ve üsluba dikkat etmesi gerektiğini kavramışlardır. Bu durum öğrencilerde erişim becerisinde gelişmelerin olduğunu ortaya çıkarmaktadır. Gelişmeler öğrenci ürünlerinde de ortaya çıkmıştır. Öğrenciler geliştirdikleri ürünlerde farklı kaynaklardan bilgiye ulaşmış, sayfa ayırmaları yapmış, erişimde amaçlarını yazmışlardır. Amaçlarının bilgiyi doğrulamak olduğunu ve güncel bilgiye ulaşmak olduğunu ve vatandaş olarak medyadan yararlandıklarının açıklamasını yapmışlardır.

5.1.3. Öğrencilerin analiz ve değerlendirme becerisine ilişkin sonuçlar

Öğrencilerin medya okuryazarlığında analiz ve değerlendirme becerisi eksiklikleri kapsamında, medyada erişilen bilginin doğruluğuna ilişkin karar veremedikleri, medya

ürünleri ile karşılaştığındaki amacını anlamadıkları, tespit edilmiştir. Bununla birlikte medya mesajlarının aldığı kararları nasıl etkilediği ve etkilemediğine ilişkin görüşleri olmadığı görülmüştür. Dolayısıyla öğrencilerin analiz ve değerlendirme becerisine yönelik eksikliklerinin olduğu ortaya çıkmıştır.

Öğrencilerin erişim becerisini geliştirmek için medya mesajlarının doğru ve uygun bir şekilde analizi ve değerlendirmesini yapmaları için, kaynak kullanımı, kaynak sorgulama, birinci ve ikinci elden kaynak kullanımı, gerçek ve görüş ayırımı, içerik analizi, kullanılan dil fotoğraflar, etki artırmak için ikna teknikleri gibi konulardan ders planları uygulanmıştır.

Öğrencilerin analiz ve değerlendirme becerisine ilişkin uygulanan ders planları sonrasında öğrencilerin medyada karşılaştıkları mesajların hazırlanmasında dikkatini çeken noktalara yönelik kullanılan teknikler, dil, görünüş, başlık konularında yorum yapabildikleri görülmüştür. Medya mesajının amacını anlayabildikleri, medyada karşılaştığı mesajların kendilerini ve kararlarını nasıl etkilediğini söyleyebilmişlerdir. Ayrıca aynı mesajı farklı medya araçlarında görüp ve değerlendirebildikleri görülmektedir. Bu durum uygulama sürecinde elde edilen öğrenci ürünlerine de yansımıştır. Öğrenciler geliştirdikleri medya ürünlerinde aynı haberin kullanılan dil bakımından farklı olduğunu, birinde güçsüz gibi göstermeye çalıştıkları ifadelerini kullanmışlardır. Amaçlarının haberi sunarken bakış açıları ile sunarak, insanları etkilemek olduğu şeklinde açıklama yapmışlardır. Dolayısıyla öğrencilerin analiz ve değerlendirme becerisinde de gelişmenin ortaya çıktığı tespit edilmiştir.

5.1.4. Öğrencilerin üretim becerisine ilişkin sonuçlar

Medya okuryazarlığında üretim becerisi kapsamında, öğrencilerin medya ürünü üretmedikleri ve medya ürünün üretirken içeriğine, üretimde dikkat edilen noktalara ilişkin görüşü olmadığını belirlenmiştir.

Öğrencilerin üretim becerisini geliştirmek için medya üretiminde yasal boyutun farkında olma, özel hayatın gizliliği, kişisel bilgilerin korunması, internet kanununun, telif hakları, etik ilkelere uygun üretim yapma gibi konularından ders planları uygulanmıştır.

Öğrencilerin üretim becerisine geliştirmek için yapılan ders planlarından sonra, öğrencilerin gazete oluşturdıkları, poster yaptıkları, afiş hazırladıkları ortaya çıkmış ve

medya ürünleri üretebilmişlerdir. Öğrencilerin ürettiği medya ürünlerinde, belirli bir amaç belirleyerek, medya ürünü oluşturma sürecinde üslubuma (dil), telif haklarına, görsellere, özel paylaşım olmamasına dikkat ederek gerçekleştirdikleri sonucuna ulaşılmıştır. Ürün oluştururken internet, gazete, dergi, youtube gibi kaynaklardan yararlandıklarını bildirmişlerdir. Bununla birlikte öğrenciler, ürünlerinde özel hayatın gizliliği, telif hakları, internet kanunu gibi konularda dikkat çekmek için sloganlar kullanmışlardır. Amaçlarını internet kanununu ve yasal haklara dikkat çekmek şeklinde açıklama yapmışlardır.

5.1.5. Öğrencilerin paylaşım becerisine ilişkin sonuçlar

Öğrencilerin paylaşım becerisi kapsamında, medya içeriği oluşturmadıklarını, paylaşmadıkları, nasıl paylaşılacağını ve dikkat etmesi gereken ilkeleri bilmedikleri ortaya çıkmıştır.

Öğrencilerin paylaşım becerisini geliştirmek için paylaşılan bilginin amacı, doğruluğu, paylaşımların geri alınmayacağı, telif hakları, ifade özgürlüğü, yasal haklar, etik ilkeler gibi konularından ders planları uygulanmıştır.

Medya okuryazarlığı üretim becerisini geliştirmek için yapılan ders planlarından sonra, öğrenciler hangi medya ürünlerini nasıl paylaştıklarını ve paylaşırken nelere dikkat ettiklerini, kimlerle paylaştıklarını ve neleri paylaşmadıklarını açıklamışlardır. Bu sonuçlar paylaşım becerisinde gelişmelerin olduğu ortaya çıkmıştır. Bu öğrencilerin paylaşım becerisinin gelişimi ürünlerinde de belirlenmiştir, Öğrenciler geliştirdikleri ürünlerde telif haklara dikkat etme, özel hayatın gizliliği, paylaşımlarda kişisel bilgilere dikkat etmeye yönelik sloganlar kullanmışlardır. Öğrenciler paylaşımlarını bilgi vermek amacıyla olduğunu, yasal haklara dikkat edilmesi gerektiği şeklinde açıklama yapmışlardır.

5.1.6. Öğrencilerin aktivizm becerisine ilişkin sonuçlar

Öğrencilerin paylaşım becerisi kapsamında, öğrencilerin rahatsız oldukları içerikler neler olduğuna ilişkin yeterli bilgi veremedikleri, bunlara tepki veremedikleri belirlenmiştir. Aynı zamanda öğrencilerin bir kısmı da tepki göstermek için nerelere başvuracaklarını bilmediklerini ifade etmişlerdir. Bu bağlamda öğrencilerin bu beceriye yönelik eksikliklerinin olduğu ortaya çıkmıştır.

Öğrencilerin paylaşım becerisini geliştirmek için medya içeriklerinden rahatsız olduğu durumlarda kendi iradesi ile demokratik haklarını kullanarak tutum ve davranış almak, başvuracağı kurum ve kuruluşların bilgisine sahip olmak gibi konularından ders planları uygulanmıştır.

Medya okuryazarlığı aktivizm becerisini geliştirmek için yapılan ders planlarından sonra, öğrencilerin aktivizm için medya mesajlarında rahatsız oldukları içeriğe yönelik görüş belirtmişlerdir. Öğrenciler rahatsızlık oldukları içeriğe ilişkin şikâyet ettiklerini, bildirimde bulduklarını ve engellediklerini ifade etmişlerdir. Ayrıca, tepkilerini göstermek için başvuracakları kurum RTÜK'e şikâyet edeceklerini, uygulamadaki bildirimden şikâyet edeceklerini, dilekçe yazabileceklerini, Gazeteciler Cemiyetine şikâyet edecekleri konusunda bilgilendirilmişlerdir. Ayrıca bu beceriye yönelik gelişmelerin öğrenci ürününe de yansıdığı ortaya çıkmıştır. Öğrenciler televizyon dizilerinde gördükleri şiddet görüntülerinden, reklamların çok uzun verilmesinde rahatsız olduğunu ifade etmişlerdir. Dolayısıyla aktivizm becerisine yönelik gelişmelerin olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Sonuç olarak, Sosyal bilgiler dersinde medya okuryazarlığı becerisini geliştirmeye yönelik yapılan uygulama sürecinin sonunda, öğrencilerin medya okuryazarlığı becerisinde gelişmeler izlenmiş ve belirlenmiştir.

5.2. Tartışma

Araştırmanın bu bölümde, ortaokul öğrencilerinin sosyal bilgiler dersinde medya okuryazarlığı becerisinin geliştirilmesine ilişkin elde edilen sonuçlar, alan yazında konuyla ilişkili diğer araştırma sonuçlarıyla benzer noktaları tartışılmıştır.

Araştırmanın ortaya koyduğu önemli sonuçlardan biri, öğrencilerin medya okuryazarlığı becerisinde eksikliklerin olmasıdır. Araştırmada öğrencilerin medya okuryazarlığının alt becerisi olan farkındalık becerisinde medya mesajının farkında olma, bakış açıları ön yargı ve kalıp yargıları fark etme, medya mesajını oluşturmadaki amaca ilişkin eksikliklerinin olduğu tespit edilmiştir. Farkındalık becerisi öğrencilerin medya okuryazarlığı eğitimi için gerekli olan temel kavramları içinde barındıran, ilkokuldan başlayarak yaşam boyu geliştirilmesi gereken bir alt beceridir. Alan yazın incelendiğinde öğrencilerin medya okuryazarlığı algısı ve becerisi konulu çalışmalarda benzer bulgulara rastlanmıştır. Görmez (2014) medya okuryazarlığı eksikliklerine yönelik yapmış olduğu çalışmada öğrencilerin medya okuryazarlığının daha çok medya araçlarında iletişim yönü

üzerinde durulduğunu tespit etmiştir. Bu sonuç bu araştırmadan çıkan öğrencilerin temel kavramların farkında olmamaları sonucu ile benzerlik göstermektedir. Benzer şekilde Dolabay (2022) üniversite öğrencilerinin medya okuryazarlığı farkındalığını artırmak için bir eylem araştırması yöntemiyle çalışma yapmıştır. Çalışma sonucunda öğretmen adaylarının medya okuryazarlığı konusunda farkındalık kazandığı tespit edilmiştir. Bu durum çalışmamızın sonucunda öğrencilerin farkındalığın artığına yönelik bulgular ile paralellik göstermektedir. Araştırmamızın sonucundan da ulaşılabileceği gibi farkındalık becerisi sosyal bilgiler dersinin kazanımları ile geliştirilebilecek olan bir beceridir. Sosyal bilgiler öğretim programı (SBÖP) incelendiğinde bu becerinin doğrudan kazandırılması için 5. Sınıf “Bilim, Teknoloji ve Toplum” ünitesinde yer alan “SB.5.4.2. Sanal ortamda ulaştığı bilgilerin doğruluk ve güvenilirliğini sorgular”. Kazanımı ile öğrencilere farkındalık becerisi geliştirilebilir. Kazanımın açıklamasında “Medya okuryazarlığı üzerinde durulur” şeklinde ifadeye yer verildiği görülmektedir. Bu kazanım ile beceriye yönelik kavramlar geliştirilebilir. Bu kazanımın öğretilmesinde temel materyal olarak kullanılan MEB 5. Sınıf sosyal bilgiler dersi kitabı incelendiğinde kazanımla ilgili olan bölümde medyanın hangi alanlarda kullanıldığına, olumlu ve olumsuz yönlerine vurgu yapıldığını görülmektedir. Kitapta medya okuryazarlığı ile ilgili kullanılan teknikler, ön yargılar, kalıp yargılar gibi temel kavramların yer almadığı tespit edilmiştir. Sözü edilen bu kazanım ile beşinci sınıftan başlayarak öğrencilerin farkındalık becerisi geliştirilebilir. Öğrencilere medyada kullanılan etkileme yöntemlerinin farkında olma, kullanılan dil, görseller, medya mesajının hangi amaçla sunulduğuna yönelik farkındalık oluşturulabilir. Medyada hedef kitlenin ne anlama geldiğine ve kavramaya yönelik örnek etkinlikler ile beceri geliştirme imkânı sunulabilir. Bu etkinliklerde medya mesajlarında eleştirel düşünme becerisi kazandırma, reklam ve tüketim kültürünün farkına varma, medya kullanım alışkanlığına yönelik içeriklere yer verilerek beceriler kazandırılabilir. Öğrencilerde medyada sunulan ile gerçek hayatta yaşananların farklı olduğu bilinci geliştirilebilir (Ardıç ve Altun, 2019). Bu becerinin en önemli ve geliştirilmesi gereken özelliği ise, öğrencilerin medya kullanım alışkanlıklarının geliştirilmesidir. Öğrencilere bu farkındalığın kazandırmasında yarar vardır. SBÖP incelendiğinde farkındalık becerisini geliştirmeye yönelik 6. Sınıfta “SB.6.1.3.Toplumda uyum içerisinde yaşayabilmek için farklılıklara yönelik ön yargıları sorgular” kazanımı için medyada kullanılan kalıp yargılar ve önyargılar fark ettirilerek beceri geliştirilebilir. 7. Sınıf “SB.7.1.3. Medyanın sosyal değişim ve etkileşimdeki rolünü tartışır.” kazanımları ile temel kavramlar ile eleştirel medya okuryazarlığının becerisi kazandırılabilir. Bu araştırmada

uygulanan eylem planları ile öğrencilerin medya temel kavramlarını öğrenmiş medya mesajlarının yapısı, içeriği, dili amaçları konusunda farkındalığı artmıştır.

Araştırmada öğrencilerin erişim becerisinde eksikliklerin olduğu tespit edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, öğrencilerin bu beceri kapsamında daha çok sosyal medya kaynaklarından yararlandıkları, genel bilgi edinme amaçlı Google'dan yararlandıklarını ve medya içeriklerini yeterli düzeyde değerlendiremedikleri, hak ve sorumluluklarını bilmedikleri belirlenmiştir. Öğrencilerin erişim becerisi sosyal bilgiler dersinde beşinci sınıftan başlayarak geliştirilebilir. 5. Sınıf SBÖP'da yer alan "SB.5.4.3. Sanal ortamı kullanırken güvenlik kurallarına uyar." "Mesafeli alışveriş, güvenli internet kullanımı, kimlik hırsızlığı gibi konular ele alınır." "SB.5.6.1. Bireysel ve toplumsal ihtiyaçlar ve bu ihtiyaçlar ile ihtiyaçların karşılanması için hizmet veren kurumları ilişkilendirir." Kazanımı kapsamında "e-devlet portalı ve bu portal üzerinden sağlanan hizmetlere değinilir" Kazanımı ile erişim becerisi için gerekli olan bilginin güvenilirliği, doğru bilgiye karar verme, bilginin güncelliği, bütünlüğü gibi kavramlar ile beceri geliştirilebilir. Erişim becerisi öğrencilere medyayı hangi amaçla erişim sağlamaları gerektiğinin farkında olma bilincini kazandırır. Araştırma sonucunda erişim becerisine yönelik uygulamaların öğrencilerde becerinin geliştiği sonucuna ulaşılmıştır. Erişim becerisi öğrencilerin günlük yaşamlarında neredeyse her gün kullandıkları bir beceri olarak karşımıza çıkmaktadır. SBÖP yer alan kazanımların çoğu ile geliştirilmesi mümkün olan bir beceridir. Araştırmamızın sonucunda öğrencilerin medya okuryazarlığı becerisindeki mevcut durumu tespit etmeye yönelik yapılan görüşmelerde öğrencilerin eksikleri tespit edilmiştir. Uygulama sonrası yapılan görüşmelerde becerilerde gelişim gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Alan yazın incelendiğinde Görmez'in (2014) seçmeli medya okuryazarlığı dersini alan ile almayan öğrenciler arasındaki düzeyleri tespit etmek için bir çalışma yapmıştır. Çalışmada medya okuryazarlığı dersi alan öğrencilerin iletişimi içselleştirdikleri ancak internet konusunda bir farkın olmadığını ortaya koymuştur. İletişimi içselleştirmeleri açısından araştırmamız ile benzerlik göstermektedir.

Araştırmada analiz ve değerlendirme becerisine yönelik öğrencilerin medyada eriştikleri bilginin doğruluğunu belirlemeye yönelik eksikliklerin olduğu belirlenmiştir. Bu sonucu destekleyen farklı araştırma sonuçları da bulunmaktadır. Curiel ve La-Rosa (2022) İspanya'da ortaöğretim okullarında (11-16yaş aralığında) öğretmenlerin öğrencilerinde algıladıkları medya eksiklikleri üzerine bir araştırma yapılmıştır. Medyada bilgi salgını ve dezenformasyon süreçlerinde öğrencilerin haberlerle nasıl başa çıktıklarını ve okulların medyaya yaklaşımının ne olduğunu belirlemeye yönelik yapılan bu çalışmada, öğrencilerin

haberler konusunda bilgi sahibi olduğu fakat bilgi ile görüşü, sahte ile gerçeği ayırt edemedikleri sonucuna ulaşmışlardır. Bu durum çalışmamızın bu yönü ile benzerlik göstermektedir.

Araştırmada uygulanan eylem planları sonrasında öğrencilerin analiz ve değerlendirme becerisinde gelişme gösterdiği tespit edilmiştir. Bu beceri medya okuryazarlığı eğitiminin en dikkat çekici becerisidir. Beceri düşünmenin, eleştirel becerinin, bilgi okuryazarlığının, kaynak kullanımının, kaynakları sorgulamanın en yoğun olduğu alt becerilerdendir. Propaganda ve ikna tekniklerinin, kullanılan dilin, görsellerin analizini gerektiren bir beceridir (Ardıç ve Altun, 2019; Çelik, 2021). Analiz ve değerlendirme becerisi medyanın gelişimine bağlı olarak aslında yaşam boyu geliştirilmeye ihtiyaç duyulan bir beceridir. Bu açıdan becerinin gelişmesini sağlamak için öğrencilere uygulama yaptırılması yararlı olabilir. Bunun için SBÖP yer alan “SB.6.6.3. Yönetimin karar alma sürecini etkileyen unsurları analiz eder. Konu siyasi partiler, sivil toplum kuruluşları, medya ve bireyler (kamuoyu) kapsamında ele alınır.” “SB.6.7.4. Popüler kültürün, kültürümüz üzerindeki etkilerini sorgular. Kültürümüze ait olmayan unsurların, medya araçları yoluyla toplum hayatını nasıl etkilediği fark ettirilir.” “SB.7.1.3. Medyanın sosyal değişim ve etkileşimdeki rolünü tartışır.” “SB.7.4.1. Bilginin korunması, yaygınlaştırılması ve aktarılmasında değişim ve sürekliliği inceler.” SB.7.5.6. Dijital teknolojilerin üretim, dağıtım ve tüketim aşında meydana getirdiği değişimleri analiz eder. E-ticaret (gerçek ürünler kadar bilgisayar oyunları gibi sanal /dijital ürünlerin) üzerinde durulur.” kazanımları ile doğrudan uygulama yapılarak analiz becerisinin geliştirilmesi sağlanabilir. Bu beceri yedinci sınıf “Birey ve Toplum” ünitesinde yer alan “SB.7.1.3. Medyanın sosyal değişim ve etkileşimdeki rolünü tartışır.” kazanımı ile doğrudan geliştirilebilir. Becerinin geliştirme sürecinde medyanın bilgi edinme, eğlenme, öğrenme, kendini ifade etme, demokratik haklarını kullanma aracı olarak kullandığında aslında medyanın bireyleri ve toplumu nasıl dönüştürdüğüne yönelik farkındalık oluşturulabilir. Örneğin bilgi edinirken bilgide kullanılan kaynaklar birinci ve ikinci elden kaynak kullanımı, gerçek ve görüş ayırmanın farkına varma şeklinde etkinlikler yapılabilir. Medyanın eğlence aracı olarak hangi eğlencelere yönlendirdiğinin farkına varma, kendini ifade etmeye yönelik, hangi görüş ve fikirlere yönlendirildiğine yönelik etkinlikler yapılarak geliştirilebilir. Bu kazanımın öğretiminde temel bir kılavuz olan yedinci sınıf MEB ders kitaplarına baktığımızda becerinin kazanımına ilişkin medya araçlarından özellikle televizyon kullanımının üzerine durduğu görülmektedir. Medyanın olumlu ve olumsuz yönlerine yönelik vurgu yapıldığı,

medya okuryazarlığının bilgi düzeyinde kavramların verildiği görülmektedir. Bu durum MEB kitabının güncellenmeye ihtiyacı olabileceğini ortaya çıkarmıştır.

Araştırma sonucunda eylem planlarında uygulama sürecinde medya okuryazarlığının becerisinde üretime yönelik örneğin kendi sloganlarını oluşturarak yaratıcı fikirlerin ortaya çıktığının bu durumun öğrencilerde yaratıcılığın da gelişebileceğini ortaya koymuştur. Gibson ve Connolly (2022) yaptığı çalışmada medya okuryazarlığının olumsuz çağrışımlarla baş etme ve yalnızca sosyal medyada çevrim içi zararlarla baş etmenin yolu olarak düşünüldüğünü ifade etmiştir. Özellikle Covid-19'dan sonra medya okuryazarlığının sosyal medyada üretim için pozitif bir kavram olduğunu öne sürmeye çalışmıştır. Bu durum araştırmamızı destekler niteliktedir. Araştırmada öğrencilerin üretim becerisinde gelişmenin yaşandığı sonucuna ulaşılmıştır. Sosyal bilgiler dersi aslında üretim becerisinin geliştirilmesinde önemli bir yere sahiptir. Öğrenciler üretim becerisinde internet kanunu, kişisel bilgilerin korunması, özel hayatın gizliliği, telif hakkı gibi yasallık kültürüne ihtiyaç duymaktadırlar. Sosyal bilgiler dersinin amaçlarına baktığımızda ise bireyleri yasallık kültürünü benimsemiş vatandaşlar olarak yetiştirmeyi hedefler. Üretim becerisi diğer alt becerileri de kapsayan ve öğrencinin aktif katılımına ihtiyaç duyan bir beceridir. Bu bağlamda üretim becerisi sosyal bilgiler dersinde geliştirilecek olan becerilerdendir. SBÖP'da yer alan "SB.6.4.4. Telif ve patent haklarını saklı ürünlerin yasal yollardan temin edilmesinin gerekliliğini savunur." , "SB.6.5.6. İlgi duyduğu mesleklerin gerektirdiği kişilik özelliklerini, becerileri ve eğitim sürecini araştırır." "SB.7.1.4. İletişim araçlarından yararlanırken haklarını kullanır ve sorumluluklarını yerine getirir." "Özel hayatın gizliliği, düşünceyi açıklama özgürlüğü ve doğru bilgi alma hakkı ile kitle iletişim özgürlüğü arasındaki ilişkiyi ele alır." "SB.7.4.1. Bilginin korunması, yaygınlaşması ve aktarılmasında değişim ve sürekliliği inceler. Yazının icadından günümüze farklı depolama, yaygınlaştırma ve aktarma teknikleri üzerinde kısaca durur." "SB.7.5.6. Dijital teknolojilerin üretim, dağıtım ve tüketim aşısında meydana getirdiği değişimleri analiz eder. E-ticaret (Gerçek ürünler kadar bilgisayar oyunları gibi sanal/dijital ürünler) üzerinde durulur." kazanımları ile öğrencilerin üretim becerisi geliştirilebilir. Bu kazanımlar aynı zamanda öğrencilerin paylaşım becerisine de geliştirebilecek fırsatlar sunmaktadır. Üretim becerisinde olduğu gibi paylaşım becerisinde de öğrencilerin yasallık kültürüne sahip olmasına ihtiyaç vardır. Bunu sağlayacak derslerin başında ise sosyal bilgiler dersi gelmektedir. Araştırma sonucunda paylaşım becerisinde gelişim sağlandığı ortaya çıkmıştır. Fakat araştırmacı uygulama sürecinde öğrencilerin medya ürününün paylaşım konusunda çekingen davrandıklarını

gözlemlemiştir. Öğrencilerin paylaşım becerisini geliştirmeye yönelik daha fazla uygulamaya ihtiyaç duyulabilir.

Araştırmada aktivizm becerisine yönelik elde edilen sonuçlarda öğrenciler cinsel içerikli videolardan, şiddet görüntülerinden rahatsız oldukları tespit edilmiştir. Karahisar (2014) 8. Sınıflar ile yapmış olduğu çalışmada öğrencilerin internete en çok cinsel içerikli videolardan ve şiddet içeren yazılardan, görsellerden rahatsız olduklarını ifade etmişlerdir. Bu durum araştırmamız ile paralellik göstermektedir. Araştırma sonuçlarından hareketle öğrencilere küçük yaştan başlayarak aktivizm becerisinin geliştirilmesi gerektiği söylenebilir. Araştırmacı öğrencilerin uygulama sürecinde medya içeriklerinden rahatsız oldukları durumlarda yasal haklarını kullanmaya yönelik daha çekingen davrandıkları gözlemlenmiştir. Bireyleri hak ve sorumluluklarını bilen etkin vatandaş olarak yetiştirmeyi amaçlayan sosyal bilgiler dersi bu becerinin kazandırılmasında önemli bir yere sahip olmaktadır.

Bu araştırmada sosyal bilgiler dersinde öğrencilerin medya okuryazarlığı becerisindeki eksiklikleri doğrultusunda, bu dersin kazanımları ile ilişkilendirilerek eylem planlarının hazırlanıp uygulanmıştır. Araştırma sonuçlarında öğrencilerin medya okuryazarlığı becerisinde gelişme gösterdiği belirlenmiştir. Alan yazın incelendiğinde benzer şekilde Altun (2010) sosyal bilgiler dersi kazanımları ile medya okuryazarlığı eğitiminin ilişkilendirildiği bir program uygulayarak öğrencilerin medya okuryazarlığı becerisini geliştirmiştir. Sözü edilen çalışma sonuçları bu araştırma sonuçları ile benzerlik göstermiştir. Benzer şekilde diğer derslerde de medya okuryazarlığı becerisini geliştirmeye yönelik çalışmalar olmuştur. Sayın (2015) Türkçe dersi kazanımları ile medya okuryazarlığının ilişkilendirilebileceğine yönelik uygulamalar yapmış ve Türkçe dersi kazanımları ile medya okuryazarlığı becerisinin ilişkili olduğunu belirtmiştir. Bir diğer araştırma Thanutpitinun (2022) 6. sınıf öğrencilerine okuduğunu anlama ve geliştirmeye yönelik uygulanan eylem planlarına göre sosyal medya okuryazarlığının artırılmasına ilişkin bir çalışma yapmıştır. Bu durum araştırmamızın sosyal bilgiler dersinde medya okuryazarlığı becerisinin geliştirilebileceği ile benzerlik göstermektedir. Araştırma sonucunda okuduğunu anlamının medya okuryazarlığında sosyal medya okuryazarlığı becerisini arttırdığını ortaya koymuştur. Bu durum araştırma sonucunu destekler niteliktedir. Powers ve vd. (2019) yapmış olduğu çalışmada 11 ile 15 yaş aralığındaki öğrencilerin medya okuryazarlığı için bir anket uygulamış ve medya kullanımlarına ilişkin çizimler yapmıştır. Çalışması sonucunda öğrencilerin medya kullanımında tek başına internetin karmaşıklığını anlamalarına yeterli olmadığını, dijital okuryazarlıkta, medya okuryazarlığı

amaçlı bir program şeklinde açık bir şekilde öğretime ihtiyaç duyulduğu sonucuna ulaşmıştır. Elde edilen sonuçlar araştırmada sosyal bilgiler dersinde öğrencilere medya okuryazarlığı becerisini kazanımları ile verilmesi gerektiğini destekler niteliktedir. Bir diğer çalışma ise Coşan (2019) seçmeli medya okuryazarlığı eğitimi için özellikle uygulamalı yöntemler ile 6.,7.ve 8.sınıflara medya okuryazarlığı eğitimi vermiştir. Uygulama sonrasında öğrencilerin medyayı anlama, okuyabilme, üretme ve eleştirel bakabilmeye yönelik medyayı daha iyi kavradıkları görülmüştür. Bu durum araştırma ile paralellik gösterildiğini ortaya koymuştur. Bu çalışmalar değerlendirildiğinde, uygulamalı ve farklı yöntemler kullanılarak yapılan çalışmaların öğrencilerin medya okuryazarlığı becerisini geliştirdiğini göstermektedir.

Romero vd. (2022) lise öğrencilerine altı boyutlu bir medya okuryazarlığı eğitim modeli önermişlerdir. Bu modelin teknoloji, dil ve üretim boyutunu programa dahil ederek uygulama yapmışlardır. Öğrencilere medya okuryazarlığına yönelik uygulama öncesi ve sonrası anket uygulamışlardır. İlk uygulamada elde edilen sonuçlar öğrencilerin çoğunun dijital ve medya okuryazarlığını kendi kendilerine öğrenme yolu ile edindikleri görsel işitsel eğitim konusunda herhangi bir eğitim almadıklarını ortaya koymuştur. Uygulama sonrası uygulamaya katılan öğrencilerin medya yeterliliği performansı seviyeleri üzerinde önemli bir etki bıraktığını genel medya yeterliliklerinde önemli ölçüde geliştirdiğini tespit etmişlerdir. Çalışmada dil boyutunda gelişmelerin olduğu fakat estetik boyutunun yeterince gelişmediği ve revize edilmesi gerektiği vurgulanmıştır. Bu çalışma araştırma sonucunda elde edilen medya okuryazarlığı becerisinin alt boyutları ile sosyal bilgiler dersi öğretim programına dahil edilecek uygulamalar ile medya okuryazarlığı becerisinin gelişmesi bulgusu ile paralellik göstermektedir.

Araştırmada derste etkinliklerin yapılmasının öğrencilerin derse olan ilgisi ve derse katılımını arttırdığı sonucuna ulaşılmıştır. Benzer şekilde Ocak ve Yıldırım (2013) seçmeli medya okuryazarlığı dersinde öğrencilerin dersteki etkinliklere ilişkin tutumlarını belirlemek için yaptığı çalışmada öğrencilerin derste etkinliklere katılımında istekli olduklarını belirtmiştir. Bu durum araştırmamızda uygulanan etkinliklerin öğrencilerin derse motivasyonunun artması ile paralellik göstermektedir.

Araştırmada öğrencilerin mevcut durumda olan medya okuryazarlığı becerisindeki eksiklikler tespit edilmiştir. Uygulamalar ile eylem planları yapılmış ve bunun sonucunda becerinin geliştiği tespit edilmiştir. Alan yazın incelendiğinde araştırmamıza benzer şekilde Özdiñler (2023) üniversite öğrencilerinin medya okuryazarlığını tespit etmek, medya okuryazarlığı dersi alan ve almayan üniversite öğrencilerinin medya okuryazarlık

düzeylerini karşılaştırmak amacı ile bir çalışma yapmıştır. Araştırmanın sonucunda medya okuryazarlığı dersi alanın medya okuryazarlığı düzeyini artırmasında, dersi alan ile almayan öğrenciler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğunu göstermiştir. Bu durum araştırma sonucunda uygulama sonrası becerinin gelişmesini destekler niteliktedir. Araştırmamızda eylem planları uygulamalarının medya okuryazarlığı becerisini geliştirdiği tespit edilmiştir. İcen (2020) yapmış olduğu çalışmada etkinlik temelli medya eğitiminin öğrencilerin eleştirel medya okuryazarlığı düzeylerine etkisini ortaya koymaya çalışmıştır. Beşinci sınıflar ile bir çalışma yapmıştır. Çalışmada etkinliklerde örnek olay kullanılmıştır. Uygulama sonrası öğrencilerin medya okuryazarlığı becerisini kazandığı sonucuna ulaşmıştır. Benzer çalışma Čiuladienė ve vd. (2023) tarafından üniversite öğrencilerine örnek olay uygulaması ile üniversite öğrencilerinin medya okuryazarlığı becerisini geliştirmek için yapmıştır. Çalışma sonucunda öğrencilerin uygulamaya dahil edilmesi motivasyonunu artırdığını ve medya okuryazarlığı eğitimini olumlu etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Bu çalışmalar araştırmamızın sonucunda eylem planlarında etkinliklere yer verilerek medya okuryazarlığı becerisinin geliştireceğini kanıtlar niteliktedir.

Erdem ve Erişti (2022) yapmış olduğu çalışmada öğretmen adaylarına program ile birlikte uygulanan medya okuryazarlığının öğrencilerin beceri düzeylerinde güçlü ve olumlu bir etki ettiği sonucuna ulaşmıştır. Bu durum araştırmamızda sosyal bilgiler dersinde medya okuryazarlığı becerisinin müfredat ile uygulanmasının beceriyi artıracığı ile paralellik göstermektedir.

5.2. Öneriler

Bu bölümde araştırmanın sonuçlarına dayalı olarak sosyal bilgiler dersinde öğrencilerin medya okuryazarlığı becerisini geliştirmek için yapılacak uygulamalara ve araştırmalara ilişkin öneriler sunulmuştur.

5.2.1.Uygulamaya dair öneriler

- Sosyal bilgiler dersinde medya okuryazarlığı becerisini geliştirmek için etkinliklere dayalı uygulamalar yapılmalıdır.
- Sosyal bilgiler dersinde 4., 5., 6., ve 7. sınıf öğrencilerin medya okuryazarlığı becerisi geliştirmek için eğitim programlarına yeni kazanımlar eklenebilir.

5.2.2. Yapılacak araştırmalara yönelik öneriler

- Sosyal bilgiler derslerinde medya okuryazarlığı becerisini geliştirmek için farklı sınıf

düzeyinde çalışmalar yapılabilir.

- Sosyal bilgiler dersinde aktif vatandaşlık ile medya okuryazarlığı bağlamında araştırmalar yapılabilir.
- Sosyal bilgiler dersinde medya okuryazarlığı becerisinin geliştirilmesi ile yaratıcılık becerisi ile ilgili araştırmalar yapılabilir.
- Sosyal bilgiler dersin de medya okuryazarlığı becerisi ile dijital okuryazarlık becerisini geliştirmeye yönelik çalışmalar yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Adelman, C. (1997). Action research: The problem of participation. *Participatory Action Research: International Contexts And Consequences*, 79-106.
- Agarwal, and Dhanasekaran, S. (2012). Harmful effects of media on children and adolescents. *Journal of Indian Association For Child And Adolescent Mental Health*, 8(2), 38-45.
- Aguilar-Gallegos, N., Klerkx, L., Romero-García, L. E., Martínez-González, E. G., and Aguilar-Ávila, J. (2022). Social network analysis of spreading and exchanging information on twitter: the case of an agricultural research and education centre in mexico. *The Journal of Agricultural Education And Extension*, 28(1), 115-136.
- Ahandani, E. A., and Taasobi, R. (2014). Some media effects on children-A review. *International Journal of Innovation And Research in Educational Sciences*, 2(2), 48-52.
- Aithattanı, H. (2018). Media literacy education in secondary school: Teachers' attitudes. *Journal of Media Research*, 12 1(33), 5-26.
- Akdağ, H. ve Taşkaya, S. M. (2011). Vatandaşlık ve İnsan Hakları Eğitiminin Sosyal Bilgiler Öğretimindeki Yeri, Turan, R. ve Ulusoy, K. (Editörler). *Sosyal Bilgilerin Temelleri* içinde (s .293-318). Ankara: Pegem Akademi Yayınları.
- Akgemci, T., ve Kalfaoğlu, S. (2018). Algılanan kontrolün yetki devri ve performansla ilişkisi üzerine bir araştırma. *Human Society And Education in The Changing World*, (24), 15-24.
- Akkaş Baysal, E., ve Ocak, G. (2020). Öğrenme ortamında eylem araştırması kullanan öğretmenlerin eylem araştırması hakkındaki görüşleri. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, (47), 283-307.
- Altındaş, E. ve Öz, H. (2018). Sosyal bilgiler dersinin toplumsal yapı ve değişim açısından önemi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, (5), 1377-1386.

- Altrichter, H., ve Posch, P. (1989). Does the "grounded theory" approach offer a guiding paradigm for teacher research?. *Cambridge Journal of Education*, 19(1), 21-31
- Altun, A. (2009). 21. yüzyıl vatandaşlığı için gerekli bir beceri olarak medya okuryazarlığı: unesco, AB ve Türkiye örnekleri. *I. Uluslararası Avrupa Birliği, Demokrasi, Vatandaşlık ve Vatandaşlık Eğitimi Sempozyumu*. Yayınlanmış Bildiri.
- Altun, A. (2010). *Medya okuryazarlığının sosyal bilgiler programıyla ilişkilendirmesi ve öğretimi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Altun, A. (2010). Tavsiye kararları çerçevesinde avrupa birliği'nin medya okuryazarlığı eğitimi vizyonu. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, (1), 58-86
- Altun, A. (2011). Sosyal bilgiler derslerinde bir medya okuryazarlığı eğitimi uygulaması: "propaganda farkındalığı geliştirme, Turan, R., Sünbül, A. M. ve Akdağ, H. (Editörler), *Sosyal Bilgiler Öğretiminde Yeni Yaklaşımlar II* içinde (s. 76-109). Ankara: Pegem Akademi Yayınları.
- Altun, A. (2012). Kanada'daki sosyal bilgiler programlarında medya okuryazarlığı eğitimi. *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 230-244.
- Altun, A. (2013). Medya okuryazarlığı, E. Gençtürk ve Karatekin (Editörler), *Sosyal Bilgiler İçin Çoklu Okuryazarlık* içinde (s. 180-205). Ankara: Pegem Akademi Yayınları.
- Altun, A. (2015). Okul dışı sosyal bilgiler öğretiminde sosyal medya, Şimşek, A. ve Kaymakçı, S. (Editörler), *Okul Dışı Sosyal Bilgiler Öğretimi* içinde (s. 389-412). Ankara: Pegem Akademi Yayınları.
- Altun, A. (2018). Medya okuryazarlığının abc'si, Koçoğlu, Ersoy, A.F., ve Karaduman, H. (Editörler), *Sosyal Bilgilerde Güncel Okumalar 1* içinde (s. 1-30). Anı Yayıncılık.
- Altun, A. (2018). Medya okuryazarlığının abc'si, A.F. Ersoy ve H. Karaduman (Editörler), *Sosyal Bilgilerde Güncel Okumalar* içinde (s. 1-30). Ankara: Anı Yayıncılık.
- Altun, A. (2021). Medya okuryazarlığı ve eğitiminde kullanılan strateji, yöntem ve teknikler, Koçoğlu, E., ve Akman, Ö. (Editörler), *Medya Okuryazarlığı ve Eğitimi* içinde (s.53-77).

- Altun, A., ve akmak, E. (2013). İlköğretim hayat bilgisi dersi öğretim programında medya okuryazarlığı eğitimi. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(1), 237-254. Egem Akademi Yayınları.
- Altun. A. (2008). Türkiye’de medya okuryazarlığı, *İlköğretmen Eğitim Dergisi*. (16), (30-34).
- Altun, A. (2009). 21. yüzyıl vatandaşlığı için gerekli bir beceri olarak medya okuryazarlığı. *UNESCO, AB ve Türkiye örnekleri. Milli Eğitim Dergisi*, 191, 87-107.
- Altun. A. (2009). Eğitim bilimleri açısından seçmeli medya okuryazarlığı dersi programına eleştirel bir yaklaşım. *Ahi Evran Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 3, (97-109)
- Altun. A. (2010). Kanada’da ki medya okuryazarlığı eğitimi üzerine bir değerlendirme. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Dergisi*, 2, (41-57)
- Aral, N. Ve Gürsoy, F. (2001). Çocuk hakları çerçevesinde çocuk istismarı. *Milli Eğitim Dergisi*, 15, 36-40.
- Ardıç, E. (2016). *Medya okuryazarlığı ile ilgili lisansüstü çalışmaların karşılaştırmalı incelemesi: Türkiye, ABD ve Kanada örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Bolu: Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Ardıç, E. ve Altun, A. (2019). Medya okuryazarlığı, Aksoy, B., Akbaba, B. ve Kılcan, B.(Editörler), *Sosyal Bilgilerde Beceri Eğitimi* içinde (s. 387-411).Ankara: Pegem Akademi Yayınları.
- Aslan, G. (2017). *Ortaokul öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıklarına yönelik bir inceleme*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Bolu: Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Aslan, N., ve Basel, A. T. (2017). Eğitim fakültesi öğrencilerinin medya okur-yazarlık düzeyleri (izmir örnekleme). *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 25(4), 1353-1372.
- Ata, B. (2012). Sosyal bilgiler öğretim programı, Öztürk, C. (Editör). *Sosyal Bilgiler Öğretimi Demokratik Vatandaşlık Eğitimi* içinde (s. 33-47). Ankara: Pegem Yayınları.

- Avcı, E. K., Faiz, M., ve Turan, S. (2020). Etkili vatandaşlık eğitiminde değerler eğitimi: sosyal bilgiler öğretmenlerinin düşünceleri. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 18(39), 263-296.
- Bachmair, B. ve Bazalgette, C. (2007). The European charter for media literacy: meaning and potential. *Research in Comparative and International Education*, 2, (1), 80-87
- Baker, F. W. (2011). Media literacy: 21st century learning. *Library Media Connection*, 29(10), 1-8.
- Balbağ, N.L. ve Bayır, Ö. G. (2016). *Etkin Vatandaşlık ve çatışma çözme becerileri*. Antalya: 25. Ulusal Eğitim Bilimleri Kongresi.
- Barth, J. L. (1991). Social studies: There is a history, there is a body, but is it worth saving?. *Social Education*, 57(2), 56-57.
- Bektaş, Y. A., ve Alver, M. (2020). Medya okuryazarlığı dersine ilişkin öğrenci tutumları ile öğretmen ve öğretmen adayı görüşlerinin değerlendirilmesi. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 16(3), 546-572.
- Beyhan, A. (2013). Eğitim örgütlerinde eylem araştırması. *Journal Of Computer And Education Research*, 1(2), 65-89.
- Bilici, İ. E. (2014). *Medya okuryazarlığı ve eğitimi*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Bilici, İ. E. (2019). Medya okuryazarlığında paydaşlar arası işbirliği ve anahtar kriterler. Bostancı, M. (Editör). *Medya Okuryazarlığı içinde* (s. 17-47). Nobel Yayınevi
- Binark, M. ve Bek, M. (2007). Eleştirel medya okuryazarlığı kuramsal yaklaşımlar ve uygulamalar. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Binark, M. ve Bek, M. (2007). Eleştirel medya okuryazarlığı kuramsal yaklaşımlar ve uygulamalar. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Bozkurt, F., ve Çoşkun, D. (2018). 21. yy okuryazarlığı: öğretmen adaylarının medya algılarına genel bir bakış. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4), 493-511.
- Buckingham, D., Whiteman, N., Willett, R., and Burn, A. N. (2009). The impact of the media on children and young people with a particular focus on computer games and

the internet: prepared for the Byron Review on children and new technology. *Institute of Education, University of London*. <https://www.thechildrensmediafoundation.org/> (Erişim tarihi: 03.08.2023)

Bütün, E. (2010). *Medya okuryazarlığı dersine ilişkin öğretmenleri öğrenci ve veli görüşleri (Samsun ili örneği)*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Samsun On Dokuz Mayıs Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

Büyüköztürk, ř., Kılıç Çakmak, E., Akgün, E. Ö., Karadeniz, ř., ve Demirel, F. (2012). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi Yayınları.

Carlsson, U. (2019). Media and information literacy: Field of knowledge, concepts and history. *Understanding Media And Information Literacy (Mil) In The Digital Age: A Question Of Democracy*, Sweden: University of Gothenburg.

Carlsson, U., Tayie, S., Jacquinet-Delaunay, G. (2008). Empowerment through mediaeducation: An intercultural dialogue, (Edt. Perez Tornero J.M. And Unesco), Washinton: Dc

Chimezie, N. (2020). Engaging 21st century students in their medium: social media as a pedagogical tool in a social studies classroom, *European Journal of Education Studies* (7), 183-190.

Čiuladienė, G., Gulevičiūtė, G., Latinytė, R., and Guogis, A. (2023). Promoting media literacy: lithuanian students' experience. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 11(1), 282-293.

Considine, D. M. (2004). "If you build it, they will come" developing a graduate program in media literacy in a college of education. *American Behavioral Scientist*, 48(1), 97-107.

Coşan, C. (2019). *Medya okuryazarlığı eğitimi perspektifinde 11-13 yaş arası ilköğretim öğrencileri uygulamalı saha çalışması Türkiye örneği* (Doctoral Dissertation, Marmara Üniversitesi (Turkey)).

Coşkun, H. (2021). Media as a learning-teaching tool in the context of media literacy from turkish language teacher candidates' perspective. *International Journal of Education and Literacy Studies*, 9(4), 93-102.

- Coşkun, K. (2021). Birey açısından medya okuryazarlığı eğitimi, Koçoğlu, E., ve Akman, Ö.(Editörler), *Medya Okuryazarlığı ve Eğitimi* içinde (s.151-159). Ankara: Pegem Akademi Yayınları.
- Creswell, J. W. (2003). *Research design: qualitative, quantitative, And Mixed Methods Approaches*, California. EUA: Sage.
- Çağlar, M. ve Güzel, M. (2019). Sosyal bilgiler dersinin demokratik vatandaş ve topluma uyum açısından önemi. *Eletronic Turkish Studies*, (1), 403-418.
- Çakır, H. (2012). Medya okuryazarlığı dersini alan ve almayan ilköğretim öğrencilerinin medya izleme davranışlarındaki farklılıkların belirlenmesi. *Selçuk İletişim*, 7(3), 42-54.
- Çakır, H., Koçer, M. ve Aydın, H. (2012). Medya Okuryazarlığı dersini alan ve almayan ilköğretim öğrencilerinin medya izleme davranışlarındaki farklılıkların belirlenmesi. *Selçuk İletişim Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (7)3, 42-54.
- Çakmak, E. (2010). *İngiltere ve Türkiye'deki ilköğretim medya okuryazarlığı eğitimi program ve uygulamalarının karşılaştırmalı olarak incelenmesi*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Bolu: Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Çakmak, E. (2013). Çocuk hakları ve medya okuryazarlığı eğitimi/children's rights and media literacy. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(22), 209-224.
- Çakmak, E., ve Altun, A. (2013). İlköğretim Türkçe dersi öğretim programında medya okuryazarlığı eğitimi. *Eğitimde Kuram ve Uygulama*, 9(2), 152-170.
- Çalık, T. (2015). Sosyal bilgiler öğretiminde topluma uyumun sağlanması: ilkokul örneği. *The Journal of Akademic Social Science Studies*, (34), 93-108.
- Çelik, T. (2011). *Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının çok kültürlü bakış açısı geliştirmelerinde medya okuryazarlığı dersinin rolüne ilişkin bir çalışma*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Denizli: Pamukkale Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

- Çelik, T., (2021). Medya okuryazarlığı, Ormancı, Ü. ve Çepni, S. (Editörler), *Kuramdan Uygulamaya 21. Yüzyıl Becerileri ve Öğretimi* İçinde (s.261-275). Ankara: Nobel Yayınları.
- Çinelioglu, G. (2013), *Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının medya okuryazarlığı dersine yönelik tutumlarının incelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Çömlekçi, M. F., ve Başol, O. (2019). Gençlerin sosyal medya kullanım amaçları ile sosyal medya bağımlılığı ilişkisinin incelenmesi. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(4), 173-188.
- Damiano, F. (2014). Quality media literacy education a tool for teachers and teacher educators of italian elementary schools, *The National Association For Media Literacy Education's Journal Of Media Literacy Education*, (6), 28-43
- Demir, A. ve Kaymakçı, S. (2021). Beceri öğretimi, Ormancı, Ü. ve Çepni, S. (Editörler), *21. Yüzyıl Becerileri ve Öğretimi* içinde (s. 189-211). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Demirkaya Gedik, H. ve Altun, A. (2008). Sosyal bilgilerde medya okuryazarlığı ve güncel olaylar, Tay, B. ve Öcal, A.(Editörler), *Sosyal Bilgiler Öğretimi* içinde (s. 498-537).Ankara: Pegem Akademi Yayınları.
- Demirkaya, H. (2008). Sosyal bilgilerde düşünme ve soru sorma becerisi. Tay, B. ve Öcal, A. (Editörler), *Sosyal Bilgiler Öğretimi* içinde (390-421). Ankara: Pegem Akademi Yayınları.
- Deveci, H., ve Çengelci, A. G. T. (2008). Sosyal bilgiler öğretmen adaylarından medya okuryazarlığına bir bakış. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 5(2), 25-43.
- Doğanay, A. (2005). Sosyal bilgiler öğretimi, C. Öztürk ve D. Dilek (Editörler), *Hayat Bilgisi ve Sosyal Bilgiler Öğretimi* İçinde (S. 17-52). Ankara. Pegem Akademi Yayınları.

- Doğanay, A. (2012). Etkin vatandaşlık için düşünme becerilerinin öğretimi, Öztürk, C. (Editör). *Sosyal Bilgiler Öğretimi Demokratik Vatandaşlık Eğitimi İçinde* (s.145-185). Ankara: Pegem Yayınları.
- Dolanbay, H. (2019). A Discipline approach: the relationship between media literacy and social studies. In *Handbook Of Research On Media Literacy Research And Applications Across Disciplines* (p. 50-64). Igi Global.
- Dolanbay, H., (2018) *Sosyal bilgiler öğretmen adaylarına yönelik medya okuryazarlığı eğitimi modeli*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Dolanbay, H., Akengin, H., ve Tuncel, G. (2021). Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının medya okuryazarlığına ilişkin algılarının değerlendirilmesi. *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 53(53), 97-112.
- Domingo, H. A. N., and Mashiko, N. O. R. I. F. U. M. I. (2013). Media literacy education (mle) in the classroom: a descriptive case study of one exemplary japanese teacher's mle practices, attitude and perception. *Gifu University Curriculum Development Research*, 30(1), 13-29.
- Dupree, H. M. (2022). Media literacy and sourcing skills for middle grades students. *Strategies*, 35(2), 15-18.
- Ekiz, D. (2003). *Eğitimde araştırma yöntem ve metotlarına giriş: Nitel, nicel ve eleştirel kuram metodolojileri*, Ankara: Anı Yayıncılık
- Ekiz, E. H. (2009). Mapping out factors constraining tourist complaints: hints for managers who wish to hear more. *Asian Journal of Business Management*, 1(1), 6-18.
- Ekşioğulları, M. (2018). *Medya okuryazarlığı eğitim ve uygulamalarının eleştirel bağlamda, Kanada, Almanya, Norveç'in Türkiye ile değerlendirilmesi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli: Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Elliott, J. (1991). *Action research for educational*. Philadelphia: Open University Press.

- Elma, C., Kesten, A., Dicle, A. N., Mercan, E., Çınkır, Ş. ve Palavan Ö. (2009). İlköğretim 7. sınıf öğrencilerinin medya ve medya okuryazarlığı dersine ilişkin tutumları. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 27, 93-113.
- Erdem, C., ve Erişti, B. (2022). Implementation and evaluation of a media literacy skills curriculum: an action research study. *International Journal of Modern Education Studies*, 6(1), 21-50.
- Eristi, B. ve Erdem, C. (2017). Development of a media literacy skills scale, *Contemporary Educational Technology*, 8(3), 249-267.
- Erol, H. (2021). A Review of social studies course books regarding digital literacy and media literacy, *International Journal of Higher Education*, 10 (5), 101-111
- Ersoy, A. F. (2016). Sosyal bilgiler dersi ve vatandaşlık eğitimi, Turan, R. ve Yıldırım, T. (Editörler). *Sosyal Bilgilerin Temelleri İçinde* (S.143-164). Ankara: Anı Yayıncılık.
- Ersoy, A. F. (2007). *Sosyal bilgiler dersinde öğretmenlerin etkili vatandaşlık eğitimi uygulamalarına ilişkin görüşleri*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü
- Fan, X. and Chen, M. (2001). Parental involvement and students' academic achievement: A meta-analysis. *Educational Psychology Review*, 13(1), 1-22
- Ferrance, E. (2000). Themes in education: Action research. A program of the education alliance. *Brown University: Educational Alliance*, 34(1), 1-33.
- Foran, A. (2004). Social studies and service learning: The aleph of democratic citizenship?, *Canadian Social Studies*, 38 (3), 1-17.
- Genereux, W. E. (2015). Exploring the impact of media literacy instruction and video projects in a college technology course. *Doctoral Dissertation, Kansas State University*.
- Gerbner, G. (1999). Who tells all the stories? *Peace Review*, 11(1), 9-15
- Gibson, P., and Connolly, S. (2022). Fit for purpose? taking a closer look at the uk's online media literacy strategy. *Journal of Media Literacy Education*, 15(1), 109-115.

- Giroux, H. A. (2011). The crisis of public values in the age of the new media. *Critical Studies in Media Communication*, 28(1), 8-29.
- Glesne, C. (2013). *Nitel araştırmaya giriş*, (Çeviri Editörleri: Ersoy, A.ve Yalçınoğlu, P. Ankara: Anı Yayıncılık
- Görmez, E. (2014). Ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlığı düzeyleri. *Uluslararası Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 2014(3), 137-157.
- Graber, D.A. (1984). Mass media and american politics. *Washington, Dc: Congressional Quarterly Press*
- Gulo, F. (2012). Prejudice and stereotypes in school environment, *Application To Adolescence- Procedia - Social And Behavioral Sciences*, (78), 61 – 65
- Gülbahar, Y., Kalelioğlu, F. ve Madran, O. (2010). Sosyal ağların eğitim amaçlı kullanımı. XV. Türkiye’de İnternet Konferansı. İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi.
- Güler, A., Halıcioğlu, M. B., ve Tařđın, A. (2015). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma: teorik çerçeve-pratik öneriler-7 farklı nitel araştırma yaklaşımı-kalite ve etik hususlar*. Seçkin Yayıncılık.
- Gürgür, H. (2017). Eylem araştırması, Saban, A.ve Ersoy, A. (Editörler), *Eğitimde Nitel Araştırma Desenleri içinde* (s. 31-80). Ankara: Anı Yayıncılık
- Hanaylı, G., Öztürk, A. A., Baysan, S., ve Vural, R. (2020). Sosyal bilgilerin doğası, anlamı ve nasıl öğretildiği üzerine bir durum çalışması: Öğretmen görüşleri. *Batı Anadolu Eğitim Bilimleri Dergisi*, 11(1), 210-238.
- Hattani, H. A. (2019). Media literacy education in secondary school: teachers’ attitudes. *Journal Of Media Research-Revista De Studii Media*, 12(33), 5-26
- Herrero Curiel, E., and La Rosa, L. (2022). Los estudiantes de secundaria y la alfabetización mediática en la era de la desinformación. *Comunicar: Revista Científica Iberoamericana De Comunicación Y Educación*.
- Hobbs, R. (1999). The Seven great debates in the media literacy movement. *Journal of Communication*, 48(1), 15-32.

- Hobbs, R. (2010). Dijital çağda medya okuryazarlığını yeniden tanımlamak, Çev: Filiz Yıldız, *Erciyes İletişim Dergisi*, 87-95.
- Hobbs, R. (2010). *Digital and media literacy: a plan of action. a white paper on the digital and media literacy recommendations of the knight commission on the information needs of communities in a democracy*, Washington, Dc: The Aspen Institute,
- Hobbs, R. (2017). Measuring the digital and media literacy competencies of children and teens. In Fran C. Blumberg and Patricia J. Brooks (Eds.), *Cognitive Development in Digital Contexts* (pp. 253 – 274). London: Academic Press.
- Hopurcuoğlu, A., ve Akaydın, Ş. (2016). Ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeyleri. *Turkish Studies International Periodical For The Languages, Literature And History of Turkish or Turkic*, 11(3) 1273-1286.
- Işkın, P. ve Kesten, A. (2016). Medya okuryazarlığı dersinin işlenmesinde karşılaşılan sorunların öğretmen görüşlerine göre değerlendirilmesi. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 17(2), 387-410.
- Ivanović, M. (2014). Development of media literacy – An important aspect of modern education, *Procedia - Social and Behavioral Sciences* (149), 438 – 442
- Iyengar, S., and Kinder, D. R. (1982). *News that matters*. Chicago: University Of Chicago Press
- İbret, B. Ü., ve Avcı, E. K. (2017). Sosyal bilgiler öğretiminde kimlik algısı. Turan, R. Ve Akdağ, H. (Editörler). *Sosyal Bilgiler Öğretiminde Yeni Yaklaşımlar III* içinde (s. 38-53).
- İçelli, M. Y. (2017). *Medya Okuryazarlığı öğretim materyalinin, medya okuryazarlığı becerilerine katkısı*, Yayınlanmamış Yüksel Lisan Tezi. İzmir: Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü.
- İçen, M., (2020). Developing medya literacy through activities. *International Journal of Educational Methodology*, 6(3), 631-642.
- İnal, K.(2009) Medya okuryazarlığı el kitabı. Ankara: Ütopya Yayınları

- İnan, T. (2010). *Öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeyleri ve medya okuryazarlığına ilişkin görüşleri*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü
- İnce, F. (2018). *Kuşaklararası etkin iletişim*. Ankara: Eğitim Yayınevi.
- İnceoğlu, Y. (2006). Medyayı doğru okumak. Türkoğlu, N. (Editör). *Medya Okuryazarlığı içinde* (s. 4-7). İstanbul: Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını
- Jenkins, H. (2007). Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century, *Nordic Journal of Digital Literacy*, 2(1), 23-33.
- Jenkins, H., Purushotma, R., Weigel, M., Clinton, and K., and Robinson, A. J. (2007), *Confronting the challenges of participatory culture: The media education for the 21st century*, Cambridge: The Mit Press.
- Johnson, A.P. (2012). *A. Short guide to action research (4th edition)*. New Jersey: Pearson Education.
- Johnson, B. and Christensen, L. (2014). *Eğitim araştırmaları: Nicel, nitel ve karma yaklaşımlar*. S. B. Demir (Çev). Ankara: Eğiten Kitap.
- Jols, T. and Thoman, E. (2008). *21. yüzyıl okuryazarlığı medya okuryazarlığına genel bir bakış ve sınıf içi etkinlikler*, Elma, C. ve Kesten, A. (Çeviri Editörleri). Ankara: Ekinoks Yayınları.
- Kahyaoğlu, M., ve Kenanoğlu, R. (2014). Ortaöğretim öğrencilerinin medya okuryazarlığı ile çevre konularıyla ilgili kitap okumaya yönelik tutumları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Electronic Turkish Studies*, 9(2), 833-843.
- Kalan, Ö. G. (2010). Medya okuryazarlığı ve okul öncesi çocuk: ebeveynlerin medya okuryazarlığı bilinci üzerine bir araştırma. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi/ Istanbul University Faculty of Communication Journal*, 1(39), 59-73.
- Kanbur, B. N. (2020). Görsel medyanın ve subliminal mesajların çocuk sağlığı üzerine etkileri. *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, (10), 94-106.

- Karadaş, M. M., Gülten, K. O. Ç., Sayar, G., şahin, S., ve Sevgi, T. (2021). Öğrenci hemşirelerin sosyal medya kullanımı, kullanım amaçları ve etik boyutu. *Gazi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 6(1), 11-21.
- Karaduman, S. (2019). Yeni medya okuryazarlığı: yeni beceriler/olanaklar/riskler. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(1), 683-700.
- Karahisar, T. (2014). İnternette çocukları bekleyen riskler ve medya okuryazarlığı. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, (4)4, 82-95
- Karataş, A. (2017). *Öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeylerinin belirlenmesi ve eğitim fakültelerine yönelik bir "medya okuryazarlığı" Eğitim Programı Tasarısı* Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Kellner, D., and Share, J. (2008). Critical media education, radical democracy and the reconstruction of education. *Educação ve Sociedade*, 29, 687-715.
- Kılcan, B. ve Çepni, O. (2017) E-Okuryazarlık ve sosyal bilgiler, Turan, R. Ve Akdağ, H. (Editörler), *Sosyal Bilgiler Öğretiminde Yeni Yaklaşımlar III* içinde (s. 337-353). Ankara: Pegem Akademi Yayınları.
- Kılıçoğlu, G. (2019). İletişim. Aksoy, B., Akbaba, B. ve Kılcan, B.(Editörler), *Sosyal Bilgilerde Beceri Eğitimi* içinde (s. 261-275).Ankara: Pegem Akademi Yayınları.
- Kıncal, R. ve Korkmaz, S. (2015). Türkiye’de medya okuryazarlığı üzerine bir değerlendirme. *Uluslararası Eğitim Programları ve Öğretim Çalışmaları Dergisi*, 5(10), 75-90.
- Kıran, Ö. (2020). Temel yaklaşımlar açısından medya okuryazarlığı eğitimi. *Ondokuz Mayıs University Journal of Education Faculty*, 39(3 100. Yıl Eğitim Sempozyumu Özel Sayı), 233-248.
- Koçoğlu, E., Salur, M., ve Yiğen, V. (2021). Medya okuryazarlığı ve eğitimde temel yaklaşımlar, Koçoğlu, E., ve Akman, Ö. (Editörler), *Medya Okuryazarlığı ve Eğitimi* İçinde (s.35-51). Pegem Akademi Yayınları.
- Koltay, T. (2011). The Media and the literacies: Media literacy, information literacy, digital literacy. *Media, Culture and Society*, 33(2), 211-221.

- Köklü, N. (2001). Eğitim eylem araştırması-öğretmen araştırması. *Ankara University Journal of Faculty of Educational Sciences (Jfes)*, 34(1), 35-43.
- Krefting, L. (1991). Rigor İn qualitative research: the assessment of trustworthiness. *The American Journal Of Occupational Therapy*, 45 (3), 214-222.
- Kurtdaş, Ç. (2021). Toplum açısından medya okuryazarlığı ve eğitimi, Koçoğlu, E. ve Akman, Ö. (Editörler) *Medya Okuryazarlığı ve Eğitimi* içinde (s. 161-178). Ankara: Pegem Akademi Yayınları.
- Kuş, Z. (2019). Politik okuryazarlık, Aksoy, B., Akbaba, B. ve Kılcan, B. (Editörler), *Sosyal Bilgilerde Beceri Eğitimi İçinde* (S.445-468). Ankara: Pegem Akademi Yayınları.
- Kuzu, A. (2009). Öğretmen yetiştirme ve mesleki gelişimde eylem araştırması. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(6), 425-433.
- Kyei, S., Liyab, J., and Tachin, J. (2023). Exploring the role of social studies as a school subject in achieving national cohesion in Ghana. *Journal of Education and Society*, 18(2), 45-63.
- lähdesmäki, S. A. and Manula, M. (2022). Student teachers' views on media education related to new literacy skills, *International Journal of Technology in Education and Science*, 6(3) 427-442.
- Leaning, M. (2009). Issues in information and media literacy: Criticism, history, and policy. USA: Informing Science Press.
- Lennon, S., Smith, A. M., and Byford, J. M. (2014). High school social studies teachers' perceptions of news media. *National Forum of Teacher Education Journal*, 24(3), 1-17.
- Lewin, K. (1946). Action research and minority problems. *Journal of Social Issues*, 2(4), 34-46.
- Lincoln, Y. S., ve Guba, E. G. (1988). Criteria for assessing naturalistic inquiries as reports. *The Educational Resources Information Center*, 5(9) 1-26.
- Livingstone, S. (2004). What İs Media Literacy?, *Lse Research Online*, 32 (3), 18-20.

- Mac Naughton, G., and Hughes, P. (2008). *Doing action research in early childhood studies: A Step-By-Step Guide: A Step-By-Step Guide*. McGraw-Hill Education (Uk).
- Manfra, M., and Holmes, C. (2020). Integrating media literacy in social studies teacher education. *Contemporary Issues In Technology and Teacher Education*, 20(1), 121-141.
- Martin, F., Wang, C., Petty, T., Wang, W., and Wilkins, P. (2018). Middle school students' social media use. *Journal of Educational Technology and Society*, 21(1), 213-224.
- Masterman, L. (1989). Media awareness education: eighteen basic principles. *Center Of*. <https://www.medialit.org/> ,(Erişim tarihi: 22.05.2022)
- Masterman, L. (2018). A Rationale for media education. In *Media Literacy Around The World* (Pp. 15-68). England: Routledge.
- Mcmillan, J. (2009). Through an activity theory lens: conceptualizing service learning as 'boundary work'. *Gateways: International Journal of Community Research and Engagement*, 2, 39-60.
- Mcnelly, T. A. and Harvey, J. (2021). Media literacy instruction in today's classrooms: a study of teachers' knowledge, confidence, and integration, *Journal of Media Literacy Education*, 13(1), 108-130,
- Mcniff, J. ve Whitehead, J. (2006). All you need about action research. Uk: Sage Pub.
- MEB (2018). *Sosyal bilgiler dersi öğretim programı*. Ankara: Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı.
- MEB, (2005). *Sosyal bilgiler dersi öğretim programı*. Ankara: Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı.
- MEB, (2007), *İlköğretim medya okuryazarlığı dersi öğretim programı ve kılavuzu*. Ankara: Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı Komisyonu.
- MEB,(2018). *Sosyal bilgiler dersi öğretim programı*. Ankara: Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı.

- Merriam, A. P. (2013). Definitions of “comparative musicology” and “ethnomusicology”: an historical-theoretical perspective¹. In *Ethnomusicology* (pp. 235-250). Routledge.
- Mertler, C. A. (2014). *Action research: improving schools and empowering educators*. London: Sage Publication.
- Miles, M. B. and Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. Thousand Oaks, Ca: Sage
- Mill, G.E. (2011). *Action research: A guide for the teacher researcher*. Boston: Pierson
- Mills, G. E. (2000). *Action research: A guide for the teacher researcher*. Prentice-Hall, Inc., One Lake Street, Upper Saddle River, New Jersey 07458.
- Mills, G. E. (2003). *Action research: A guide fort the teacher researcher*. New Jersey: Pearson Education.
- Mindes, G. (2014). Social studies for young children: preschool and primary curriculum anchor. *Maryland: Rowman ve Littlefield Education*. New York: Toronto
- Moore, K. (2015). Keeping curr eeping current: media liter ent: media literacy education as a t ducation as a tool for critically ool for critically examining curr examining current events in a high school go ents in a high school government, *Eagle Scholar Student Research Submissions*, (5), 1-63
- Mutluer, C. (2013). The place of history lessons in global citizenship education: the views of the teacher. *Turkish Studies*, 8(2), 189-200.
- NCSS, (1993). The Social studies professional. Washington Dc: National Council For The Social Studies. *National Association For Media Literacy Education*. <https://www.socialstudies.org/position-statements/media-literacy> (Erişim tarihi: 02.09.2022)
- Nettlefold, J., and Williams, K. (2021). News media literacy challenges and opportunities for australian school students and teachers, in the age of platforms. *Journal of Media Literacy Education*, 13(1), 28-40

- Nkana, S. (2010). Media literacy education: A case study of the new mexico media literacy project, *Andrews University Digital Commons*.
https://digitalcommons.andrews.edu/cgi/viewcontent_(Erişim tarihi: 12.05.2020)
- O’rouke, V. and Miller, S. (2022). Improving children’s wellbeing through media literacy education: An Irish study, *Journal of Media Literacy Education*, 14(1), 94-107
- Ocak, G., ve Yıldırım, R. (2013). İlköğretim II. kademe öğrencilerinin medya okuryazarlığı dersi etkinliklerine yönelik tutumları. *Dumlupınar University Journal of Social Science/Dumlupınar Üniversitesi Soysyal Bilimler Dergisi*, (38).
- Ol, C.G (2019). *Sosyal bilgiler dersinde gazete haberlerini kullanmak: Bir eylem araştırması*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Özay, C. (2014). *Ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlığına ilişkin görüşleri*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Özdemir, B., ve Yıldırım, G. (2019). Dijitalleşen iletişim ortamlarında kimlik inşası ve benlik sunumu: İletişim Fakültesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 3(3), 178-191.
- Özden, M. ve Saban, A. (2017). Nitel araştırmalarda paradigmlar ve teorik temeller, Saban, A.ve Ersoy, A. (Editörler), *Eğitimde Nitel Araştırma Desenleri* içinde (s. 1-30). Ankara: Anı Yayıncılık.
- Özel, A., (2018) *Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının medya okuryazarlığı algılarının incelenmesi*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Öztürk, C. (2012). Sosyal bilgiler: toplumsal yaşamın disiplinlerarası bir bakış, Öztürk, C. (Editör), *Sosyal Bilgiler Öğretimi* içinde (s. 1-31). Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Öztürk, C., ve Kafadar, T. (2020). 2018 Sosyal bilgiler öğretim programının değerlendirilmesi. *Trakya Eğitim Dergisi*, 10(1), 112-126.

- Pakapol, P. (2022). A Needs assessment for promoting active citizenship and media literacy skills among pre-service social studies teachers, *International Journal Of Education*, (10), 1-7.
- Pala, B. Ç. (2020). Tartışmalı ve hassas konuların sosyal bilgiler öğretimi bağlamında incelenmesi: bir eylem araştırması, Yayınlanmamış Yüksek Doktora Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü
- Pearson, M., and Brew, A. (2002). Research training and supervision development. *Studies in Higher Education*, 27(2), 135-150.
- Potter, J.W. (2005) Media literacy, London: Sage Publishing.
- Potter, W. J. (1998). Media literacy. California: Sage Publications.
- Powers, K. L., Brodsky, J. E., Blumberg, F. C., and Brooks, P. J. (2018). Creating developmentally-appropriate measures of media literacy for adolescents. *Proceedings of The Technology, Mind, And Society*, 18(3) 1-5.
- Preston, R.C. and Herman, W., (1974). Teaching social studies in the elementary school , Holt, Rinehart, New York
- Ross, E. W. (2020). Issues facing the field: teaching about and for democracy. In R. Case and P. Clark (Eds.). *Learning To Inquire in History, Geography, And Social Studies: An Anthology For Secondary Teachers*, (p17-19).Vancouver, BC: Critical Thinking Consortium.
- RTÜK, (2007). *Medya okuryazarlığı projesi*. Ankara: Radyo Ve Televizyon Üst Kurulu.
- RTÜK, (2013). *Türkiye’de çocukların medya kullanma alışkanlıkları araştırması*. Ankara: Radyo ve Televizyon Üst Kurulu.
- RTÜK, (2016). *Medya Okuryazarlığı Araştırması*. Ankara: Radyo ve Televizyon Üst Kurulu.
- RTÜK, (2016). *Medya Okuryazarlığı Nedir?* Ankara: Radyo ve Televizyon Üst Kurulu.

- Sayin, H. (2015). *Medya okuryazarlığı becerilerinin ortaokul Türkçe programı içerisindeki yeri ve öğrencilerin medya metinleri üretme becerilerinin*. Yüksek Lisans Tezi. Kayseri: Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Schmidt, H. (2012). Media literacy education at the university level, *The Journal of Effective Teaching*, (12), 64-77.
- Schmidt, H. C. (2013). Media literacy education from kindergarten to college: a comparison of how media literacy is addressed across the educational system. *Journal of Media Literacy Education*, 5(1), 295-309.
- Semiz, L. (2013). *Ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlığı yeterlikleri ve medya okuryazarlığı dersini yürüten öğretmenlerin karşılaştıkları sorunlar*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Rize: Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Simons, M., Meeus, W., and T'sas, J. (2017). Measuring media literacy for media education: development of a questionnaire for teachers' competencies. *Journal of Media Literacy Education*, 9(1), 99-115.
- Stein, L., and Prewett, A. (2009). Media literacy education in the social studies: Teacher perceptions and curricular challenges. *Teacher Education Quarterly*, 36(1), 131-148.
- Stenhouse, L. (1978). Case Study and case records: towards a contemporary history of education. *British Educational Research Journal*, 4(2), 21-39.
- Stotler, M. A. (2014). Media Literacy: The state of research and suggestions for future approaches, *See Discussions, Stats, And Author Profiles For This Publication At. Researchgate*, 1-17
- Stringer, E.T., (2008). *Action research in education (2nd Edition)*. New Jersey: Pearson.
- Šuminas, A., and Jastramskis, D. (2020). The Importance of media literacy education: how lithuanian students evaluate online news content credibility. *Central European Journal of Communication*, 13(26), 230-248.
- Şahin, A. (2011) *Eleştirel medya okuryazarlığı*. Ankara: Anı Yayıncılık.

- Şahin, A. (2021) *Eleştirel medya okuryazarlığı*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Tan, O. (2015). *Medya okuryazarlığı eğitimi: öğrenci, öğretmen, aile bağlamında örnek bir araştırma*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Antalya: Akdeniz Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Tanrıkulu, S, (2019) *Medya okuryazarlığı ve medya okuryazarlığı dersinin öğrencilere katkısı üzerine bir araştırma*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Taşkıran, C., Baş, K., ve Bulut, B. (2016). Sosyal bilgiler dersinin kendine özgü becerilerinin kazandırılma Düzeyi. *Journal Of Social Sciences*, 6(11), 2146-4561.
- Taylor, T. R. (2002). *The Implementation of Media Literacy: An Analysis of the Media Literacy Curricula of Ontario, Canada; New Wales, Australia; And England* Doctoral dissertation, University of Southern Mississippi.
- Taze, K.H. (2019). Kalıp ve önyargıyı fark etme. Aksoy, B., Akbaba, B. ve Kılcan, B. (Editörler), *Sosyal Bilgilerde Beceri Eğitimi* içinde (s. 293-305). Ankara: Pegem Akademi Yayınları.
- Thanutpitanun, S. (2022). The Development of reading comprehension and social media literacy according to akita action guidelines for elementary school. *Journal of Educational Issues*, 8(2), 125-141.
- Thoman, E. (2003). A guided tour of the best resources for teaching. *The Clearing House*, 76(6), 278-283.
- Tornero, J. M. P. *Media Literacy Media Literacy: New Conceptualisation, New Approach*.
- Tuncel, G., ve Gürsoylar, G. (2019). Sosyal bilgiler dersinde öğrencilerin gözüyle medya: sanat temelli bir araştırma. *The Journal of Academic Social Science*, 44(44), 655-674.
- Tuncel, G., ve Gürsoylar, G. (2019). Sosyal bilgiler dersinde öğrencilerin gözüyle medya: sanat temelli bir araştırma. *The Journal of Academic Social Science*, 44(44), 655-674.
- Turner, T. N., Russell I. W. B. ve Waters, S. (2013). *Essentials of elementary social studies*. (4.Edition). New York: Routledge

- TÜİK, (2017). *Çocukların interneti kullanma alışkanlıkları*. Ankara: Türkiye İstatistik Kurumu. <https://data.tuik.gov.tr/> (Erişimtarihi: 12.10.2022)
- TÜİK, (2023). *Hane halkı bilişim teknolojileri (bt) kullanım araştırması*. Ankara: Türkiye İstatistik Kurumu.
- Türe, H., (2018) *Sosyal bilgiler dersinde aile katılımına dayalı etkinliklerden yararlanma: bir eylem araştırması*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- TDK, (2023). Türk Dil Kurumu <https://tdk.gov.tr/icerik/diger-icerikler/tumsozlukler/> (Erişim Tarihi: 12.05.2021).
- Ulusoy, A. ve Bostancı, M. (2014). Çocuklarda sosyal medya kullanımı ve ebeveyn rolü. *The Journal of Academic Social Sceince Studies*, (28) 559-572.
- UNESCO. (1984). *Media Education*. Morsy Zaghloul (Editor). Paris: Unesco.
- UNESCO. (1984). *Media Education*. Morsy Zaghloul (Editör). Paris: United Nations Educational, Scientific And Cultural Organization.
- Uzuner, Y. (2005). Özel eğitimden örneklerle eylem araştırmaları. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Özel Eğitim Dergisi*, 6(2), 1-12.
- Üztemur, S., ve Avcı, G. (2020). Medya okuryazarlığı becerisinin medya okuryazarlık öğretim öz-yeterliklerini yordama düzeyi, *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 55(2), 651-672
- Winahyu, R. A. E., and Djono, D. (2018). The media literacy in the 21st century: the role of teacher in historical learning. *International Journal of Multicultural And Multireligious Understanding*, 5(4), 363-369.
- Yanarateş, E. (2020). Media literacy: A conceptual analysis, *Social Scientific Centered Issues*, 2(2), 89-102
- Yeşiltaş, E. (2021). Tarihi süreç içerisinde medya okuryazarlığı ve eğitimi, Koçoğlu, E. Ve Akman, Ö. (Editörler) *Medya Okuryazarlığı ve Eğitimi* içinde (s. 11-34). Ankara: Pegem Akademi Yayınları.

- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2011) *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayınları.
- Yıldırım, Ş. (2017). *Türkçe ve sosyal bilgiler öğretmenlerinin medya okuryazarlığı eğitimi ile ilgili becerileri ve görüşleri*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Van: Yüzüncü Yıl Üniversitesi / Eğitim Bilimleri Enstitüsü
- Yıldız, E. (2016). Sosyal bilgiler öğretiminde topluma uyum açısından önemi. *Akademik İnceleme Dergisi*, 11(1), 81-95.
- Yıldız, F., ve Hobbs, R. (2011). Dijital çağda medya okuryazarlığını yeniden tanımlamak. *Erciyes İletişim Dergisi*, 1(3), 87-95.
- Yılmaz, D., ve Güney, R. (2021). Medyanın çocuklar üzerindeki etkileri ve kullanımına ilişkin öneriler. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Elektronik Dergisi*, 14(4), 486-494.

EKLER

EK-1 Anadolu Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma Ve Yayın Etiği İzni

Evrak Kayıt Tarihi: 15.06.2020

Protokol No: 35956

Tarih: 24.06.2020



ANADOLU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL VE BEŞERÎ BİLİMLER BİLİMSEL ARAŞTIRMA VE YAYIN ETİĞİ KURULU
KARAR BELGESİ

ÇALIŞMANIN TÜRÜ:	Doktora Tez Çalışması
KONU:	Eğitim Bilimleri
BAŞLIK:	Sosyal Bilgiler Dersinde Ortaokul Öğrencilerinin Medya Okuryazarlığı Becerisinin Geliştirilmesi
PROJE/TEZ YÜRÜTÜCÜSÜ:	Prof. Dr. Arife Figen ERSOY
TEZ YAZARI:	Güllü ASLAN
ALT KOMİSYON GÖRÜŞÜ:	-
KARAR:	Olumlu

EK- 2 Eskişehir İl Milli Eğitim Müdürlüğü Araştırma İzni

Gelen Evrak Tarih ve Sayısı: 09/11/2020-E.76353



T.C.
ANKARA VALİLİĞİ
Milli Eğitim Müdürlüğü

Sayı : 14588481-605.99-E.16215995
Konu : Araştırma İzni

05.11.2020

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜNE
(Genel Sekreterlik)

İlgi: a) MEB Yenilik ve Eğitim Teknolojileri Genel Müdürlüğü'nün 2020/2 sayılı Genelgesi.
b) 05.08.2020 tarihli ve 28775 sayılı yazınız.

Üniversiteniz Eğitim Bilimleri Enstitüsü Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi Anabilim Dalı Sosyal Bilgiler Eğitimi doktora programı öğrencisi Güllü ASLAN'ın "**Sosyal Bilgiler Dersinde Ortaokul Öğrencilerinin Medya Okuryazarlığı Becerisinin Geliştirilmesi**" konulu çalışması kapsamında İlimiz Yenimahalle ilçesine bağlı Özel Metod Ortaokulu'nda uygulama yapma talebi ilgi (a) Genelge çerçevesinde incelenmiştir.

Yapılan inceleme sonucunda, söz konusu araştırmanın Müdürlüğümüzde muhafaza edilen ölçme araçlarının; Türkiye Cumhuriyeti Anayasası, Milli Eğitim Temel Kanunu ile Türk Milli Eğitiminin genel amaçlarına uygun olarak, ilgili yasal düzenlemelerde belirtilen ilke, esas ve amaçlara aykırılık teşkil etmeyecek, eğitim-öğretim faaliyetlerini aksatmayacak şekilde okul ve kurum yöneticilerinin sorumluluğunda, gönüllülük esasına göre uygulanması Müdürlüğümüzce uygun görülmüştür.

Bilgilerinizi ve gereğini rica ederim.

Turan AKPINAR
Vali a.
Milli Eğitim Müdürü

EK-3 Öğrenci Bilgilendirme ve Katılım Formu

ÖĞRENCİ ARAŞTIRMA GÖNÜLLÜ KATILIM FORMU

ÖĞRENCİ ARAŞTIRMA GÖNÜLLÜ KATILIM FORMU

Bu çalışma, *Sosyal Bilgiler Dersinde Öğrencilerin Önyargılarının Medya Okuryazarlığı Becerilerinin Geliştirerek Giderilmesi* başlıklı bir araştırma çalışması olup öğrencilerin medya aracılığı ile edindikleri önyargıları tespit edip, sosyal bilgiler dersinde medya okuryazarlığı becerisini geliştirerek giderme amacını taşımaktadır. Çalışma, Prof. Dr. Arife Figen Ersoy danışmanlığında Güllü ASLAN tarafından yürütülmekte ve sonuçları ile öğrencilerin medya okuryazarlığı becerisinin gelişmesi sağlanacaktır. Medya okuryazarlığı becerisi ile öğrencilerin önyargılarını fark ettirmesi sağlayacaktır. Öğrencilerin medya okuryazarlığı becerisinin gelişimine ışık tutulacaktır.

- Bu çalışmaya katılımınız gönüllülük esasına dayanmaktadır.
- Çalışmanın amacı doğrultusunda, video kayıtları, öğrenci ve öğretmen günlüklerinden, görüşmeler yapılarak sizden veriler toplanacaktır.
- İsminizi yazmak ya da kimliğinizi açığa çıkaracak bir bilgi vermek zorunda değilsiniz/araştırmada katılımcıların isimleri gizli tutulacaktır.
- Araştırma kapsamında toplanan veriler, sadece bilimsel amaçlar doğrultusunda kullanılacak, araştırmanın amacı dışında ya da bir başka araştırmada kullanılmayacak ve gerekmesi halinde, sizin (yazılı) izniniz olmadan başkalarıyla paylaşılmayacaktır.
- İstemeniz halinde sizden toplanan verileri inceleme hakkınız bulunmaktadır.
- Sizden toplanan veriler öğrenme ürünlerinin dosyalanması yöntemi ile korunacak ve araştırma bitiminde arşivlenecek veya imha edilecektir.
- Veri toplama sürecinde/süreçlerinde size rahatsızlık verebilecek herhangi bir soru/talep olmayacaktır. Yine de katılımınız sırasında herhangi bir sebepten rahatsızlık hissederseniz çalışmadan istediğiniz zamanda ayrılabilirsiniz. Çalışmadan ayrılmanız durumunda sizden toplanan veriler çalışmadan çıkarılacak ve imha edilecektir.

Gönüllü katılım formunu okumak ve değerlendirmek üzere ayırdığınız zaman için teşekkür ederim. Çalışma hakkındaki sorularınızı Anadolu Üniversitesi Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi bölümünden Güllü ASLAN yöneltebilirsiniz.

Araştırmacı Adı: Güllü ASLAN

Adres:

Cep Tel:

e-mail:

Bu çalışmaya tamamen kendi rızamla, istediğim takdirde çalışmadan ayrılabileceğimi bilerek verdiğim bilgilerin bilimsel amaçlarla kullanılmasını kabul ediyorum.

(Lütfen bu formu doldurup imzaladıktan sonra veri toplayan kişiye veriniz.)

Katılımcı Ad ve Soyadı:

İmza:

Tarih:

EK-4 Veli Bilgilendirme Ve İzin Formu

ÖĞRENCİ VELİ İZİN FORMU

Değerli öğrenci velisi,

Bu çalışma, *Sosyal Bilgiler Dersinde Ortaokul Öğrencilerinin Medya Okuryazarlığı Becerilerini Geliştirmeye* çalışıyorum. Çalışma, Prof. Dr. Arife Figen Ersoy danışmanlığında Güllü ASLAN tarafından yürütülmekte ve sonuçları ile öğrencilerin medya okuryazarlığı becerisinin gelişmesi sağlanacaktır. Medya okuryazarlığı becerisi geliştirerek medya mesajlarına karşı bilinç sağlayacaktır. Öğrencilerin medya okuryazarlığı becerisinin gelişimine ışık tutulacaktır.

- Bu çalışmaya katılımınız gönüllülük esasına dayanmaktadır.
- Çalışmanın amacı doğrultusunda, video kayıtları, öğrenci ve öğretmen günlüklerinden, görüşmeler yapılarak sizden veriler toplanacaktır.
- İsminizi yazmak ya da kimliğinizi açığa çıkaracak bir bilgi vermek zorunda değilsiniz/araştırmada katılımcıların isimleri gizli tutulacaktır.
- Araştırma kapsamında toplanan veriler, sadece bilimsel amaçlar doğrultusunda kullanılacak, araştırmanın amacı dışında ya da bir başka araştırmada kullanılmayacak ve gerekmesi halinde, sizin (yazılı) izniniz olmadan başkalarıyla paylaşılmayacaktır.
- İstemeniz halinde sizden toplanan verileri inceleme hakkınız bulunmaktadır.
- Sizden toplanan veriler öğrenme ürünlerinin dosyalanması yöntemi ile korunacak ve araştırma bitiminde arşivlenecek veya imha edilecektir.
- Veri toplama sürecinde/süreçlerinde size rahatsızlık verebilecek herhangi bir soru/talep olmayacaktır. Yine de katılımınız sırasında herhangi bir sebepten rahatsızlık hissederseniz çalışmadan istediğiniz zamanda ayrılabilirsiniz. Çalışmadan ayrılmanız durumunda sizden toplanan veriler çalışmadan çıkarılacak ve imha edilecektir.

Gönüllü katılım formunu okumak ve değerlendirmek üzere ayırdığınız zaman için teşekkür ederim. Çalışma hakkındaki sorularınızı Anadolu Üniversitesi Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi bölümünden Güllü ASLAN (mail/tel) yöneltebilirsiniz.

Araştırmacı Adı: Güllü ASLAN

Adres:

Cep Tel:

e-mail:

Bu çalışmaya tamamen kendi rızamla, istediğim takdirde çalışmadan ayrılabileceğimi bilerek verdiğim bilgilerin bilimsel amaçlarla kullanılmasını kabul ediyorum.

(Lütfen bu formu doldurup imzaladıktan sonra veri toplayan kişiye veriniz.)

Katılımcı Ad ve Soyadı:

İmza:

Tarih:

EK- 5 Öğrenci Görüşme Soruları

Görüşme Soruları

1. Sence medya nedir?
2. Okuryazarlık nedir?

Farkındalık

3. Medya okuryazarlığı deyince ne anlıyorsun?
4. Medya mesajı denince ne anlıyorsun?
5. Medya da çıkan mesajların gerçekliği konusunda neler düşünüyorsun?
6. İletilen medya mesajlarının amaçları neler olabilir?
 - ✓ Medya mesajlarına gerçek olduğu gibi yansıtılır mı?
 - ✓ Medya dili ya da çekiciliği deyince senin için ne anlam ifade ediyor?
 - ✓ Medya mesajının temsiliyeti deyince ne anlıyorsun?
 - ✓ Medya mesajında hedef kitlesi deyince senin için neyi anlam ifade ediyor?

Erişim (ulaşma, seçme ve kullanma anahtar kavramlar)

8. Hangi medya kaynaklarından yararlanıyorsun?
9. Medya araçlarında yer alan bir bilgiye ulaşma konusunda, gerekli durumlarda içeriği sınırlandırma (filtreleme) araçlarını nasıl kullanıyorsun?
10. E-devlet, E-okul uygulamaları, belediye hizmetleri, vatandaşlık işlerimle ilgili konularda, medya araçlarını nasıl kullanıyorsun? Örnek verebilir misin?
11. Bilgiye ulaşma konusunda medyanın hangi kaynaklarını tercih ediyorsun ve neden?
12. Bir vatandaş olarak demokratik haklarımı kullanma konusunda medya araçlarından nasıl yararlanıyorsun?
13. Bir vatandaş olarak medya araçlarından yararlanırken sorumlulukların konusunda ne düşünüyorsun? Bu sorumluluklarından isteyip de yapamadıkların var mı?

Analiz ve Değerlendirme

14. Bir konu hakkında ihtiyaç duyduğum bilgi türünü (haber, veri, görüntü, istatistik, makale, görüş vb.) içeren medya kaynağının doğruluğuna nasıl karar veriyorsun?
15. Bir medya ürünü ile karşılaştığında neler dikkatini çekiyor?
16. Bir medya ürünü ile karşılaştığında neler düşünüyorsun?
17. Bir medya mesajının amacını nasıl anlıyorsun? Örnek verebilir misin?
18. Bir medya ürününü ile karşılaştığında nasıl yorumluyorsun?

19. Senin üzerinde çok etki bırakan bir mesaj oldu mu? Bundan nasıl etkilendin örnek verebilir misin?

20. Bir konudaki bakış açını ciddi olarak değiştiren farklı bir medya mesajı oldu mu? Örnek verebilir misin?

21. Medyada aldığın mesajlar kararlarını nasıl etkiliyor? Örnek vererek açıklayabilir misin?

22. Aynı mesajı farklı medyalarda (TV, Radyo, İnternet vb) görmeyen sen de farklı etkiler oluşturuyor mu?

Üretim

23. Sen hiçbir medya ürünü oluşturduğun mu? Ne tür medya içerikleri oluşturuyorsun?

24. Bu medya ürünlerini oluştururken neler amaçlıyorsun?

25. Medya ürünü oluştururken nelere dikkat ediyorsun?

26. Medya ürünü oluştururken hangi araçlar/kaynaklardan yararlanıyorsun?

27. Medya ürününü oluştururken neyi hedefleyerek üretiyorsun? Amacın: eğlence mi? Bilgilendirmek mi? ikna etmek mi?

Paylaşım

28. Oluşturduğun bu medya ürününü farklı türdeki (görüntü, ses, yazı, vb.) medya içeriklerini uygun medya araçlarını belirleyerek, hangi medya ortamlarında paylaştın ?

a) neden orda paylaştın?

b) hangi kitleye iletirsin? Ve kimlerle paylaştın?

c) neleri paylaşıyorsun ? Paylaşım amacı nedir?

d) neleri paylaşmıyorsun? Bu konuda nelere dikkat ediyorsun?

Aktivizm

31. Medya ürünlerinde seni rahatsız eden içerikler var mı? Medya mesajlarında hangi içerikler seni rahatsız eder?

32. Medya içeriklerinden rahatsız olduğunda neden tepki göstermezsin? Medya içeriklerinden rahatsız olduğunda neler yapıyorsun? Nasıl tepki gösterirsin?

33. Medya içeriklerinde seni rahatsız eden içeriklerle karşılaştığında başvurabileceğin yerleri biliyor musun? Ya da alabileceğin önlemleri biliyor musun?

Etkinlik Soruları

- <https://www.youtube.com/watch?> Fiat reklamı filmi/bir sebebi var
- Bu reklamı kim çekmiş olabilir?
- En çok bu reklam kimin ilgisini çeker?
- Reklamda oynayan oyuncuyu tanıyor musunuz? Neden onu oynatmış olabilirler?
- Araba reklamında neden çocuklar, kadın, yaşlı anne, babada yer alıyor?
- Reklamda kullanılan müzikler hakkında ne düşünüyorsunuz?



- Bu reklamı kim hazırlamış olabilir?
- En çok bu reklam en çok kimlerin ilgisini çeker?
- Reklamda oynayan oyuncuyu tanıyor musun?
- Gerçekte bu oyuncunun saçları böyle midir?
- Neden bu oyuncuyu oynatmış olabilirler?
- Bu iki reklamın da amacı ne olabilir?

Ek-6 ÇALIŞMA YAPRAKLARI

ERİŞİM BECERİSİ İÇİN ÇALIŞMA YAPRAĞI

ADI:

SOYADI:

SOSYAL BİLGİLER DERSİNDE ÖĞRETMEN AŞAĞIDAKİ SORUYU ÖĞRENCİLERİNE SORMUŞTUR. . ÖĞRENCİLERİN VEREBİLECEĞİ CEVAPLARI BOŞ BALONCUĞA YAZINIZ.



Aşağıdaki Diyaloglarda boş bırakılan ve yanlış ifade edilen yerlere doğrusu gelecek şekilde doldurunuz

Barkın : Dün annem Türkiye'nin nüfusu 80 milyon olduğunu söyledi. Anneme” Hayır Türkiye'nin nüfusu 80 milyon değil” dedim. Annem Google dan arama yaptırdı. İlk çıkan bilgiyi gösterdi. Gösterdiği bilgi hem değildi hem de Değildi.

Çınar : Annene doğru bilgiye ulaşması için

.....
.....söyleyebilirdin.

Aşağıdaki Diyaloglarda Boş Bırakılan Yerlere Uygun Olan Diyalog İle Cevaplayınız.



Elif : Bugün yeni bir iş başvurusunda bulundum benden diplomamı ve ikametgah adresini iki saat içerisinde bırakmamı istediler şimdi onları teslim edeceğim.

Ali: Eyvah!! İki saat içerisinde istenilen belgeleri nasıl yetiştireceksin. Nüfus müdürlüğü çok uzak, diploma evde ev uzak.

Elif: Panik olma Elif. Eve de gitmeme gerek yok nüfus müdürlüğüne de

.....
.....
.....



Aşağıdaki paragrafta boş bırakılan yerleri uygun kelimelerle doldurunuz.

Demokratik ülkelerde bireylerin Dünyadaki gelişmeleri takip edebilmeleri için medyadanedinme vehakkı vardır ve bunlara sınırlama getirilemez. Medyadavardır. Biz istemediğimiz sürece kimse bizim hayatımızla ilgili bir paylaşımında bulunamaz. Bu hakka bireylerinhakkı vardır Aşağıdaki yarım bırakılan cümleleri uygun şekilde tamamlayınız.

1. İnternet üzerinden araştır yapacağımız zaman arama yapacağımız kelime

.....alınır.

2. Medya araçlarından internetin yanı sıra

.....

.....

.....gibi medya araçlarından da bilgi edinebiliriz .

3. Bir konu hakkında araştırma yapacağımız

zaman.....

.....

.....

.....

4. Etkin bir vatandaş olarak medyada erişim hakkı olarak

.....

.....

C. Haberde hangi ikna tekniklerini kullanmıştır?

.....



1. Bu ileti (mesaj, metin) kim/ kimler tarafından oluşturuldu?

.....

Dikkatimi çekmek için hangi teknikler kullanmıştır?

2. Başkaları burada anlatılanı nasıl anlamış olabilirler?

3. Bu iletide hangi bakış açıları, görüşler, yaşam stilleri ön plana çıkartılmışken hangileri göz ardı edilmiş olabilir?

5. Bu ileti ile neler amaçlanıyor

D. 5N1K soruları

EK-7 SOSYAL BİLGİLER GAZETESİ

SOSYAL BİLGİLER GAZETESİ

E-ticaretin Türkiye Ekonomisine Katkıları



E-ticaret Nedir?

Öncelikle E-ticaretin tanımı ile başlayalım. E-ticaret, mal ve/veya hizmetlerin internet üzerinden satın alınmasıdır.

Özellikle günümüzde kişi veya kuruluşların web siteleri üzerine sanal mağazalar veya sanal alışveriş merkezlerini eklediğini görebiliriz. E-ticaret, bilgi, ürün veya hizmet satın alma ve satma faaliyetinin bilgisayar ağları kanalıyla gerçekleştirilmesinin yanı sıra, sunulan bilgi, ürün veya hizmet için talep oluşturmak, müşteri desteği vermek ve ticari kurumlar ve müşterileri arasındaki ticari ve lojistik iletişimi yine küresel bilgisayar ağları kanalıyla sağlamaktır.

E-ticaretin Türkiye Ekonomisine Katkıları



Yapılan istatistiksel araştırmalar sonucunda Türkiye'de e-ticaretin ekonomik katkısının her yıl biraz daha arttığı görülmektedir. E-ticaretin ekonomiye katkılarının önündeki en önemli engeller ise, hizmet kalitesinde yaşanan problemler, hukuki boşluklar, e-ticaretin sektörel olarak yeteri kadar yaygınlaşmamış olması gösterilebilir.

2020'nin ilk 6 ayında hacmini kaybeden e-ticaret sektörleri de bulunmakta. Bunların başında %51'lik bir oran ile "seyahat" işlemleri geliyor. Seyahat sektörünü, %42'lik bir kayıpla havayolları takip ediyor.

Türkiye'de e-ticaretin en yaygın kullanıldığı şehirlerin başını 3 büyükşehir çekiyor. İstanbul, Türkiye'nin toplam e-ticaret hacminin neredeyse yarısını oluşturuyor. İstanbul'da özellikle gıda ve süpermarket alışverişleri için e-ticaret sistemleri tercih ediliyor.

Türkiye'de e-ticaret işlemlerinde ortalama sepet tutarı 107,7 TL olarak tespit edilmiş. Ödeme yöntemlerinde ise kredi kartı ile yapılan ödemeler ortalama 178,8 TL, havale ve EFT ile yapılan ödemeler 63,2 TL, kapıda ödeme yöntemi ise ortalama 70,6 TL tutarındaki sepetler için yapıyor. Kategori bazında ortalama sepet tutarları ise şu şekilde:

Türkiye'de genel ticaret 2019 yılından 2020 yılına 1 milyar TL küçülmeye gerilerken, e-ticaretin iki katına çıkmış olması, Türkiye'de tüketicilerin yeni bir tüketim alışkanlığına yöneldiğini gösterebilir.

Yaklaşık %60'ı sadece e-ticaret kanalıyla hizmet sağlamaktadır. Ayrıca kadınların özellikle ev-mutfak eşyaları, küçük elektrikli aletler, dekorasyon, parfüm ve aksesuar gibi ürünlere ilgi gösterdiği belirtilmektedir.

Yapılan istatistiksel araştırmalar sonucunda Türkiye'de e-ticaretin ekonomik katkısının her yıl biraz daha arttığı görülmektedir. E-ticaretin ekonomiye katkılarının önündeki en önemli engeller ise, hizmet kalitesinde yaşanan problemler, hukuki boşluklar, e-ticaretin sektörel olarak yeteri kadar yaygınlaşmamış olması gösterilebilir.

2020'nin ilk 6 ayında hacmini kaybeden e-ticaret sektörleri de bulunmakta. Bunların başında %51'lik bir oran ile "seyahat" işlemleri geliyor. Seyahat sektörünü, %42'lik bir kayıpla havayolları takip ediyor.

Türkiye'de e-ticaretin en yaygın kullanıldığı şehirlerin başını 3 büyükşehir çekiyor. İstanbul, Türkiye'nin toplam e-ticaret hacminin neredeyse yarısını oluşturuyor. İstanbul'da özellikle gıda ve süpermarket alışverişleri için e-ticaret sistemleri tercih ediliyor.

Türkiye'de e-ticaret işlemlerinde ortalama sepet tutarı 107,7 TL olarak tespit edilmiş. Ödeme yöntemlerinde ise kredi kartı ile yapılan ödemeler ortalama 178,8 TL, havale ve EFT ile yapılan ödemeler 63,2 TL, kapıda ödeme yöntemi ise ortalama 70,6 TL tutarındaki sepetler için yapıyor. Kategori bazında ortalama sepet tutarları ise şu şekilde:

Türkiye'de genel ticaret 2019 yılından 2020 yılına 1 milyar TL küçülmeye gerilerken, e-ticaretin iki katına çıkmış olması, Türkiye'de tüketicilerin yeni bir tüketim alışkanlığına yöneldiğini gösterebilir.

Ülkemizde e-ticaret sektörü her geçen gün daha da büyümeye devam ediyor. Son yıllarda sabit fakat hızlı bir ivme ile gelişmeye devam eden e-ticaret sektörü, 2020'de COVID-19 salgını ile hacmini ikiye katladı. E-Ticaretteki bu gelişme, hem büyük firmaların hem de KOBİ'leri işletmelerini e-ticaret trendlerine ayak uydurmaya itti. Böylece 2020'nin ilk 6 ayında e-ticaretin genel ticaret içerisindeki oranı %15'e yaklaşmış durumda.

Türkiye, çoğunluğu genç olan 83 milyon nüfusu ve 62 milyon internet kullanıcısı ile çok büyük potansiyele sahip bir ülke. Bu potansiyele, Türkiye'nin e-ticaret geleceği için umut vericidir. 2019 Haziran ayından 2020 Haziran ayına kadar internet kullanıcısı sayısı %4 oranında arttı. Bu oran 2,4 milyon kişiye denk gelmektedir. Tabii burada pandemiyi etkilerini görmek mümkün. Sokaka çıkma yasakları ve hastalık korkusu tüketiciyi e-ticaret ile alışveriş yapmaya yöneltmiştir. Özellikle gıda ve süpermarket alışverişlerinde online hizmetler %434 artış gösterdi. Tabii ki Yemek sepeti, Getir ve Migros Sanal Market gibi uygulamaların başarısını da göz ardı etmemek gerekir.

Türkiye'de 16-64 yaş arası internet kullanıcılarının %81'i, ayda en az bir kere online mağazaları ziyaret ediyor. %63'u ise ayda en az bir defa online alışveriş yaptı. Pandemi ile bu oranlar daha da yükseldi ve Türkiye'de e-ticaret sektörü, 2020'nin ilk 6 ayında hacmini ikiye katladı.

Türkiye'de 12 bin'e yakın e-ticaret sitesi faaliyet göstermektedir. Yurtiçindeki e-ticaret pazarı daha çok işletmeden son kullanıcıya odaklanan bir yapıdadır. Perakendeciler, geleneksel yapıdan farklı olarak online platformda daha düşük maliyet avantajına sahip olduklarından rekabetçi fiyatlar sunabilmektedir.

Son yıllarda, kadınlar hedef alarak yapılan e-ticaret sayesinde ülkemizde moda perakendeciliğinde hızlı bir gelişim yaşanmıştır. Deloitte'in araştırmasına göre, Türkiye'nin önde gelen 25 online perakendecisinin

Tüm bu güzel verilerin yanında, Türkiye'de e-ticaretin eksik olduğu noktalar da bulunmaktadır. E-ticaret içerisinde Türkiye'den dışarıya yapılan e-ticaret işlemleri sadece %5'lik bir oranla 4,5 milyar TL yani 500 milyon dolar hacme sahiptir. Türkiye'de bu oranın çok daha yukarılara taşınması için çalışmalar yapılmaktadır.

Türkiye'de e-ticaretin 4 yıl içinde 2,3 katına çıkması bekleniyor

E-ticaretin 2020-2024 yılları arasındaki büyüme tahminleri incelendiğinde Türkiye'de e-ticaretin her yıl ortalama yüzde 23,7 oranında büyüyerek 4 yılda 2,3 katına çıkması bekleniyor. Türkiye'de e-ticaret 2020 yılında pandemiyin de etkisiyle 226 milyar TL büyüklüğe ulaştı ve yüzde 66 oranında büyümeye gösterdi.

Türkiye'de e-ticaret ile ilgili hedefler:

- Önümüzdeki dönemlerde, özel sektörümüzün çatı kuruluşlarının öncülüğünde, Bakanlığımız desteğiyle yurt dışında farklı noktalarda açılacak yurt dışı lojistik merkezlerin, de ülkemizden gerçekleştirilen e-ihracata önemli katkı sağlaması,

- E-ticaretin hacminin, işletme sayılarımızın, e-ihracatımızın, hızla gelişmeye devam etmesi,

Ülkemiz e-ticaret piyasasının hızla derinleşmesi ve kapsama alanını genişletmesi hedeflenmektedir.

E-ticaretin ülkedeki gelişimini etkin ve güvenli biçimde temin etmek ve desteklemek için çalışmalar sürmektedir.

Kaynaklar:

<https://blog.ikas.com/wearesocial-Digital-2020-Turkey>