

**DUR VE YENİDEN DÜŞÜN
STOP AND THINK AGAIN**

Anzılha ALTUN

Burhan SEL

ÖZ

Medya okuryazarlığı, farklı medya türlerini tanımlama ve gönderdikleri mesajları anlama yeteneğidir. Çocuklar, çoğu ebeveynin gençliğine ait geleneksel medyanın çok ötesinde, çok çeşitli kaynaklardan büyük miktarda bilgi alırlar. Metin mesajları, viral videolar, sosyal medya, video oyunları, reklamlar ve daha fazlası medyanın içeriğini oluşturan temel bileşenlerdir. Ancak tüm bu bileşenlerin ortak bir paydası bulunmaktadır: Tek bir kişi belirli bir nedenle bu içeriği oluşturdu. Bu kişinin bu içeriği oluşturma nedenini anlamak medya okuryazarlığının temelidir. Dijital çağ, herkesin medya içeriği oluşturmaya kolaylaştırdı. Bir şeyi kimin oluşturduğunu, neden yaptığını ve güvenilir olup olmadığını her zaman bilemeyiz. Bu, medya okuryazarlığını öğrenmeyi ve öğretmeyi daha da zor hale getirmektedir. Bununla birlikte, medya okuryazarlığı dijital çağda edinilmesi gereken önemli bir beceridir.

Artırılmış gerçekliğin (AG) eğitimde kullanımı önemli bir araştırma konusudur. AG, gerçek zamanlı etkileşimi kolaylaştırmak için sanal nesnelerin gerçek ortamlara eklenmesini sağlar. Eyejack isimli artırılmış gerçeklik uygulaması öğrencilerin kendi çizimlerini kullanarak AG deneyimleri oluşturmaya olanak tanır.

Bu çalışmada medyada komik, eğlenceli, şaşırtıcı ve dikkat çekici ama üzerinde oynama yapıp viral olmuş sekiz paylaşım belirleyip bu paylaşımların doğru haber olup olmadığını hedef kitlemize sorduk. Aynı paylaşımların üzerinde oynama yapılmamış gerçek görüntülerini açıklamaları ile video haline getirerek ve eyejack uygulamasını kullanarak bu sahte paylaşımların içerisine yerleştirdik. Hedef kitemize yanıldıkları paylaşımları sorduk. Araştırmamızın sonunda ayrıca hedef kitemize bu araştırmadan sonra sosyal medyada karşılaştıkları paylaşımların doğruluğunu, kaynağını sorgulayıp sorgulamayacaklarına dair sorular ekledik. Bu çalışmamızda ortaokul öğrencilerinde medya okuryazarlığına dair bir farkındalık oluşmuş olup katılımcı öğrencilerimizde medya içeriklerine karşı daha eleştirel bakış açısı, bilgiyi etkili bir şekilde bulma, tanımlama, değerlendirme ve kullanma becerileri üzerinde olumlu yönde bir algı oluştuğu saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Medya Okuryazarlığı, Viral Paylaşımlar, Artırılmış Gerçeklik Uygulaması

ABSTRACT

Media literacy is the ability to identify different types of media and understand the messages they send. Children receive a large amount of information from a wide variety of sources, far beyond the traditional media of most parents' youth. Text messages, viral videos, social media, video games, advertisements, and more are key components of media content. However, all these components have one common denominator: A single person created this content for a specific reason. Understanding why this person created this content is the foundation of media literacy. The digital age has made it easy for anyone to create media content. We don't always know who created something, why they did it, and whether it's reliable. This makes learning and teaching media literacy even more difficult. However, media literacy is an important skill to be acquired in the digital age.

The use of augmented reality (AR) in education is an important research topic. AR enables virtual objects to be embedded in real environments to facilitate real-time interaction. The augmented reality application Eyejack allows students to create AR experiences using their own drawings.

In this study, we identified eight posts in the media that were funny, entertaining, surprising and remarkable, but were manipulated and went viral, and asked our target audience whether these posts were true news. We turned the real images of the same shares into videos with their explanations and placed them in these fake posts by using the eyejack application. We asked our target audience about the posts they were wrong about. At the end of our research, we also added questions to our target audience about whether they would question the accuracy and source of the posts they encountered on social media after this research. In this study, an awareness of media literacy has been created in secondary school students, and it has been determined that our participant students have a more critical perspective towards media content, and a positive perception on the skills of finding, defining, evaluating and using information effectively.

Keywords: Media Literacy, Viral Shares, Augmented Reality Application
Keywords: Media Literacy, Viral Shares, Augmented Reality Application

Amaç

Medya okuryazarlığı ile ilgili alan yazı araştırıldığında tek bir tanım kullanmak zor olmaktadır. Ancak bu var olan tanımların eksikliğinin olduğu anlamına gelmez. Medya okuryazarlığının tanımlarının çoğu benzer temalara sahip olsa da (örneğin, medya eğitimi ve müdahale), çeşitlilik çok fazladır. Aslında, yalnızca alandaki uzmanlar tarafından çok sayıda tanımın bildirilmesine adanmış makaleler yazılmıştır (Fedorov, 2003; Potter, 2010).

UNESCO 21.yüzyılda medya eğitimini kültürel eğitim gelişiminin öncelikli alanı olarak tanımlamaktadır.(Fedorov, Alexander. 2008). Medya eğitimi, dünyanın her ülkesindeki her bireyin kendini ifade etme ve bilgi edinme hakları arasında yer almaktadır.

Bu nedenle, modern dünyada medya eğitimi, medya ile etkileşim kültürünün şekillendirilmesini, yaratıcı, iletişimsel becerilerin geliştirilmesini, eleştirel düşünmeyi amaçlayan medya materyali ve yardımı ile kişiliğin gelişim süreci olarak tanımlanabilir. Medya metinlerinin analizi ve değerlendirilmesi, medya teknolojisini kullanarak farklı ifade biçimlerinin öğretilmesi medya okuryazarlığının iskeletini oluşturur. Yeni ya da eski, eğitim temelli ya da girişimsel olarak tanımlansın, medya okuryazarlığının önemli olduğu şüphesizdir. Bu büyük ölçüde değişen post-modern medya ortamına katılmak ve iletişim kurmak için gereken becerileri anlama ve kullanma yeteneğimizin gün geçtikçe daha önemli hale geldiğini güçlendiren bir gerçektir.

Medya okuryazarlığı bu sürecin bir sonucu olarak kişinin televizyon, radyo, video, film, basın ve internetin sağladığı bilgi alanının olanaklarını aktif olarak kullanmasına yardımcı olur (Fedorov, Alexander, 2008).

Medya okuryazarlığı ülkemizde de üzerinde çokça durulan ve okul müfredatlarımıza entegre edilen bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Sosyal medya kullanımı Dünya genelinde olduğu gibi ülkemizde de giderek yaygınlaşan bir alışkanlık haline gelmektedir. We Are Social ve Hootsuite kuruluşlarının Dünya genelinde ve ülkemizde sosyal medya kullanım oranlarını paylaştığı rapor medya okur yazarlığını çok erken yaşlarda bireylere kazandırılması gerektiğini göstermektedir. Yayınlanan rapora göre nüfusumuzun %77.7'si (65.8 milyon) internet erişimine sahip, %70.8'i (60 milyon) aktif bir şekilde sosyal medya kullanmakta. Son bir yılda ülkemizde sosyal medya kullanmaya başlayan kişi sayısı 6 milyon artmış.

Dünyamız son yüz yıldır dijital bağlamda hızla gelişiyor ve bu süreç kişisel bilgisayarların yaygınlaşmasıyla daha da hızlanmaktadır. Günümüzde okullar artık öğrencileri buldukları çağa göre değil henüz var olmayan ama yavaş yavaş şekillenen gelecek çağlara hazırlamak zorundadır. Artırılmış gerçeklik(AG) uygulamaları bu amaca hizmet eden uygulamalar arasında yer almaktadır. AG teknolojisi kullanarak öğrencilerde: öğrenci katılımı ve ilgisi, öğrenme ortamı, içeriği anlama, işbirliği, hafıza, duyuşsal gelişim sağlanabilmektedir. Eyejack artırılmış gerçeklik uygulaması ile kullanıcıların gerçek dünyaya ilişkin algısı değişebilmektedir. Bu sanal gerçeklik değildir, çünkü sanal gerçeklik, gerçek dünya ortamını dijital bir ortamla değiştirmeye çalışır. Teknolojinin ne kadar karmaşık olduğuna bağlı olarak, eyejack artırılmış gerçeklik uygulaması, gerçek dünya üzerinde görseller görüntüleyebilir, gerçekte ortamda mevcut olmayan yapay sesli geri bildirim sağlayabilir.

Sosyal medya kullanımının büyük ölçüde arttığı bir döneme şahitlik ediyoruz. Özellikle ilgi çekici, komik, bizi eğlendiren içerikleri kaynağını ve doğruluğunu kontrol etmeden beğeniyor ve hatta paylaşarak bu paylaşımların popüler paylaşımlar olmasına katkıda bulunabiliyoruz. Medya okuryazarlığı, medyanın hızlı değişimine uyum sağlamak zorunda kalmış ve Z kuşağı olarak adlandırılan dijital yerliler olarak tanımlanan genç kuşağın dijital alışkanlıklarına göre yeniden şekillenmeye başlamıştır. Bu şekillenme sonucunda sosyal medya platformlarında medya içeriklerine eleştirel bakan ve medyayı bilinçli kullanan bireylerin yetiştirilebilmesi önem kazanmış ve medya okuryazarlığı bir zorunluluk halini almıştır.

Artırılmış gerçeklik uygulamalarından biri olan eyejack adlı uygulamamızı kullanarak sosyal medyada popüler paylaşım olarak kendine yer bulmuş sahte sekiz paylaşımın içerisine bu paylaşımların üzerinde herhangi bir oynama yapılmamış gerçek hali ilgili paylaşımlar gömülmüştür. Anket içerisine önce bu görsellerin üzerinde oynama yapılmış halleri paylaşılmış ve katılımcılara bu haberlerin doğru olup olmadığı sorulmuştur. Ardından katılımcılara telefonlarına eyejack uygulamasını indirmeleri istenerek söz konusu görselleri bu uygulama ile

yeniden görüntülemeleri istenmiştir. Anketin sonunda katılımcılara kaç haberde yanıldıkları ve bu çalışmadan sonra sosyal medyada paylaşılan haberlerin doğruluğunu ve kaynağını sorgulayıp sorgulamayacakları sorulmuştur. Bu çalışmada amacımız katılımcılarda medya okuryazarlığının önemine yönelik olumlu bir algı ve farkındalık oluşturmaktır.

Giriş

1.1. 21. Yüzyılda Medyanın İnsanlar için Anlamı ve Önemi

Farklı teorisyenler, medyanın çağdaş toplumda her yerde bulunduğunu kabul eder. "Mediatization" (Krotz, 2008) veya "Mediatic dönüş" (Friesen ve Hug, 2009) terimleriyle bilim adamları, medya kullanımının eski nesiller ile şimdiki nesil arasındaki geçişini tanımlamaya çalışmışlardır. Günümüzde, çocukların ve ergenlerin günlük yaşamları medya tarafından iç içe geçmiş durumdadır. Medya olgusu ortaya çıktığı andan itibaren insanlar ve toplum üzerinde etkili olmuştur. Bu etkinin boyutu medyanın erişilebilirlik düzeyi ile doğru orantılı olarak değişmiştir. İlk dönemlerde sadece yazılı olarak gerçekleşen medya faaliyetleri çok az kişi üzerinde etkili olurken, zamanla görsel ve işitsel medya yapılarının oluşması medyanın etki alanını genişletmiştir. Günümüzde medya, sanal ortamda oluşturulan sosyal medya yapılarında ulaşım kolaylığı, etkileşim özelliği ve sağladığı kolaylıklar sayesinde kitleler üzerinde etkili olma becerisi kazanmıştır. Sosyal medya yapısı, toplum yapısı üzerinde belirleyici bir rol oynamaktadır. Bu belirleyici rol bazen bilinçsizce olsa da genel olarak medyanın toplum üzerinde yönlendirici bir etkiye sahip olduğu yadsınamaz bir gerçektir.

Medya kullanıcıları iletişim kurmak, eğlenmek, kendilerini bilgilendirmek vb. için medya araçlarını kullanmaktadırlar. Medyasız bir hayat düşünülemez gibi görünmektedir. Medya sıradan hayatın içine tamamen geçmiş durumdadır. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin belirlediği ağlar tarafından yapılan bir toplumda yaşıyoruz. Pedagojik bir bakış açısından, dezavantajları ve avantajları dikkatlice tartmalıyız.

1.2. Türkiye'de Medya Kullanımı

We Are Social ve Hootsuite ortak çalışması sonucu Dijital 2021 raporunu yayınlandı. Dijital 2021 raporu COVID-19 salgınıyla birlikte internet ve sosyal medya platformlarının kullanım sıklığının değiştiğini ortaya koymaktadır. Raporu incelediğimizde temel alınan nüfusun yaş aralığı 16-64 aralığında olup, 2020 yılında interneti aktif olarak kullananların verilerin analizini içermektedir. Yayımlanan bu rapora göre sosyal medya, e-ticaret ve video oyunlarının geçtiğimiz 12 ayda insanların hayatlarının daha da önemli bir parçası haline geldiğini görmekteyiz. Yayımlanan raporda dikkat çekici sonuçlar şu şekilde:

- Türkiye'de internette geçirilen günlük ortalama süre 7 saat 57 dakika.
- Dünyada en çok üretilen web sitesi içeriği dilinde Türkçe 4. sırada.
- Kişisel verilerin kötüye kullanımı konusunda en az endişelenen 7. ülke Türkiye.
- Türkiye'de nüfusun %70.8'i sosyal medya kullanıcısı.
- Türkiye'de sosyal medyada geçirilen günlük ortalama süre 2 saat 57 dakika.
- Türkiye'de internet kullanıcılarının ortalama 9.4 farklı hesabı var.
- Sosyal medya kullanıcılarının %54.5'i markaları sosyal medyadan araştırıyor.
- Sosyal medyayı iş için kullananların oranı %47.

1.4. Medya Okuryazarlığının Bireye Kazandırdıkları

Medya okuryazarlığının öğrenciler için faydaları çoktur. Her şeyden önce, medya okuryazarlığı, öğrencilerin kendi medyalarının sorumlu üreticileri kılmanın yanı sıra medyanın daha akıllı tüketicileri olmalarına yardımcı olur. Aynı doğrultuda, medya okuryazarlığı öğretmek, öğrencilerde eleştirel düşünmeyi teşvik etmeye yardımcı olur. Bu tür düşünme, sonunda, yaş aldıkça birçok alanda onlara yardımcı olacak ikinci doğa haline gelebilir. Odak noktası, içerik bilgisine değil, süreç becerilerinin güçlendirilmesine yöneliktir.

Türkiye'de Milli Eğitim Bakanlığı ve RTÜK'ün ortak çalışmasıyla başlatılan medya okuryazarlığı dersinin çocuklarda geliştirmeyi amaçladığı nitelikler şunlardır:

1. Medyayı farklı açılardan okuyarak yaşadığı çevreye duyarlı, ülkesinin problemlerini

- bilen, medyada gördüklerini aklın süzgecinden geçirecek bilince sahip,
2. TV, video, sinema, yazılı basın, internet ve benzeri ortamlardaki mesajları çözümleme, değerlendirme ve iletme yeteneği gelişmiş,
 3. Yazılı, görsel, işitsel medyaya yönelik eleştirel bakış açısı kazanmış,
 4. Mesajların oluşturulması sürecinden, analiz edilmesine eleştirel düşünme yetisini kullanan,
 5. Bilinçli bir medya okuryazarı sorumluluğu ile davranan,
 6. Toplumsal yaşama yapıcı katkılarda bulunan,
 7. Kamu ve özel yayıncılık alanının geliştirilmesi için çaba gösteren, sorumluluk sahibi bireyler olacaktır (RTÜK, 2010).

Z kuşağı olarak adlandırılan 1997/2012 yılları arasında dünyaya gelmiş olan neslin medya okuryazarlığı konusunda eğitilmeleri çok büyük bir gerekliliktir. Z kuşağı cesur ve kendine değer veren bir nesil olarak tanımlanır, birbirlerini çok etkilerler. Sosyal medyadan gelen bu hiper bağlantı, belirli giyim türleri, görünüm ve Z kuşağının çoğunluğunun tercih ettiği belirli bir zevk yaratmaktadır. Z kuşağı genç yaşlarına rağmen bağımsızdır ve bir yetişkine veya ebeveyne danışmadan kendi kararlarını vermek ister. İnternet üzerinden her türlü bilgiye ulaşabiliyor ve aradıkları cevapları oldukça kolay bir şekilde bulabiliyorlar. Bu noktada Artırılmış gerçeklik uygulamaları Z kuşağının kendileri için doğru kararı vermelerine ve nihayetinde başvurabilecekleri güvenilir bir araç haline gelmelerine yardımcı olmak için kritik bir rol oynayabilir.

1.5. Türkiye’de Medya Okuryazarlığı Alanında Yapılan Çalışmalar

Medya okuryazarlığı, çeşitli biçimlerde mesajlara erişme, bunları analiz etme, değerlendirme ve iletme yeteneğidir. Medya okuryazarlığı dünyada son otuz yılda yaygın bir ilgi görmüştür. Son dönemde Türkiye’de de RTÜK (Radyo Televizyon Üst Kurulu) ile MEB (Milli Eğitim Bakanlığı) işbirliği ile medya okuryazarlığı eğitimi konusunda önemli çalışmalar gerçekleştirilmiştir. 2000 yılından itibaren RTÜK, çocukları televizyonun yan etkilerinden korumak amacıyla televizyon programlarına “akıllı işaretler” getirmiştir. “Medya okuryazarlığı” ana sayfasında, RTÜK Başkanı ve Eğitim Bakanı’ndan, bu kurumları Türkiye’de medya okuryazarlığının geliştirilmesinden sorumlu kilit aktörler olarak tanımlayan mesajlar bulunmaktadır. Medya okuryazarlığı kursları, çocukların medyanın etkilerinden korunması için etkili bir olası çözüm olarak algılanmaktadır. Türkiye’de medya okuryazarlığı alanında yapılan çalışmalar incelendiğinde öğretmen adaylarının, öğretmenlerin ya da öğrencilerin; medya okuryazarlık düzeylerinin belirlendiği ya da görüşlerinin alındığı çalışmaların çoğunlukta olduğu görülmektedir.

Araştırmalardan bazılarını ise medya okuryazarlığının önemi, gerekliliği ya da kavramın program açısından incelendiği çalışmalar oluşturmaktadır: Alagözlü (2012); “Türkiye’de ve Avrupa Birliği Ülkelerinde Medya Okuryazarlığı” isimli RTÜK adına hazırladığı uzmanlık tezinde, Avrupa Birliği ülkelerindeki ve Türkiye’deki medya okuryazarlığının gelişimi ve şu andaki durumu incelenmiştir. Altun (2010); “Medya Okuryazarlığının Sosyal Bilgiler Programlarıyla İlişkilendirilmesi ve Önemi” isimli doktora tezinde; medya okuryazarlığı dersinin amacına ulaşabilmesi için öncelikle var olan programların tamamı ile ilişkilendirilmesi gerektiği üzerinde durulmuştur.

Ancak Türkiye’de ortaokul öğrencilerine yönelik yapılan araştırmalar da dahil yapılan çalışmalarda artırılmış gerçeklik uygulaması kullanılarak Z kuşağı olarak adlandırılan bu genç bireylerde medya okuryazarlığına dair farkındalığı artırmaya yönelik herhangi bir çalışma yapılmamıştır.

1.6. Artırılmış Gerçeklik Uygulaması Eyejack uygulaması ile Medya Okuryazarlığı

EyeJack Creator yazılımını bilgisayarımıza yükledikten sonra. QR(kod oluşturucu) koduyla ön izleme ekranına geldiğinizde, artırılmış gerçeklik çalışmanızın ön izlemesini izleyerek ve sorun yoksa onaylayarak oluşturabilirsiniz. Oluşturduğunuz artırılmış gerçeklik uygulamanızı başkalarıyla paylaşmak için QR kodunu ve resmi kaydetmeniz gerekmekte. Diğerleri, QR kodunuz, taranacak görüntünüz (tetikleyici görüntü) ve ücretsiz Eyejack uygulaması olduğu

sürece artırılmış gerçeklik çalışmanızı izleyebilmektedir.

Öncelikle hazırladığımız animasyonunuzu tetikleyecek görüntü seçmemiz gerekiyor. Katılımcılarımızın medya okuryazarlığına yönelik farkındalık düzeylerini yükseltmeyi amaçladığımızdan internette bu yıl viral olarak tanımlanmış ancak üzerinde oynama yapılmış sekiz tane görsel belirledik. Viral paylaşım bir görüntü, video, bilgi parçasının bir internet kullanıcılarından diğerine hızla ve geniş çapta dolaşması anlamına gelmektedir. Bu viral görselleri JPG veya PNG olarak eyejack artırılmış gerçeklik uygulamasının ilk katmanına yükledik. Daha sonra bu görsellerin üzerinde oynama yapılmamış gerçek hallerini ve oynama yapılma nedenini içeren viral resimlerin üzerinde oynatmak istediğimiz videoları ilgili görsellerin üst katmanlarına yerleştirdik. Bu sayede katılımcı öğrenciler eyejack uygulamasını cep cihazlarına indirdikten sonra bu viral paylaşımların arka planında gerçeğin anlatıldığı videoları görüntüleme şansı yakaladılar.

Sanal gerçeklik, öğrencilere başka türlü mümkün olmayan akılda kalıcı ve sürükleyici deneyimler sunmaktadır. Eyejack gibi erişimin kolay olduğu artırılmış gerçeklik uygulamaları ile yapılmış çalışmalar her öğrenci tarafından erişilebilir ve öğretmenler tarafından kolayca izlenebilir. Sanal deneyimler, benzersiz ve güçlü bir şekilde öğrencilerin ilgisini çekme ve onlara ilham verme gücüne sahiptir. Aynı zamanda artırılmış gerçeklik uygulamaları öğrenmeyi daha ilgi çekici ve eğlenceli hale getirir. Bu çalışmamızda viral paylaşımların içerisine gömdüğümüz videolar telefonumuza indirdiğimiz eyejack uygulaması ile canlanarak öğrencilerin görselleştirme ve konuya tam odaklanma yoluyla daha iyi ve hedeflenen etkiyi oluşturmada bize yardımcı oldu. Bu çalışmada amacımız medyada viral hale gelmiş paylaşımların her zaman gerçek paylaşımlar olmadığını katılımcılara açıklamak, bunu açıklarken bu haberlere ait görsel temsillerinin aslında yanıltıcı temsiller olduğunu vurgulamaktı. Araştırmamıza katılan öğrencilerin eyejack uygulaması sayesinde her paylaşımın arkasında gerçekte var olan senaryoların görünen senaryolardan farklı senaryolar olduğu gerçeğini kavramalarını sağlamış olduk.

2. Yöntem

Bu amaçlar çerçevesinde yapılan çalışmada alan araştırması yönetimi uygulanmış, verilerin elde edilmesinde ise anket tekniği kullanılmıştır. Anket formu, medya okuryazarlığı üzerine araştırma yapıldıktan sonra oluşturulmuştur. 45 kişilik kontrol grubunda denendikten sonra gerekli düzeltmeler yapılmış ve anket uygulanmıştır. Araştırma sonucunda elde edilen veriler SPSS 16 paket programı kullanılarak bilgisayara aktarılmış, frekans ve yüzde analizleri yapılmıştır.

2.1. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Adana ilinde ortaokula devam eden öğrenciler oluşturmaktadır. Araştırmanın örnekleme ise 2021-2022 eğitim öğretim yılı Adana ilinde ortaokula devam eden seçkisiz (rastgele) yöntemle belirlenen 215 öğrenciden oluşmaktadır. Örneklem dâhilinde araştırmaya katılan öğrencilerin sayıları Tablo 1’de verilmiştir.

2.2. Veri Toplama Araçları

Araştırmada veriler, çevrimiçi anket yoluyla toplanmıştır. Ankette yer alan 16 soru kapalı uçlu sorulardan oluşmakta olup araştırmanın amacı ve alanyazın ışığında oluşturulmuştur. Anketin ilk 6 sorusu öğrencilerin sosyo-demografik bilgilerini, ikinci kısmı internette viral olmuş sekiz görselin doğru olup olmadığını sorduğumuz bölüm ve anketimizin son kısmı katılımcılarımızın telefonlarına eyejack adlı artırılmış gerçeklik uygulaması yükledikten sonra anketin ikinci kısmında paylaştığımız görsellere tekrar bakarak kaç haberde yanlış olduklarını ortaya çıkarmaya yönelik sorulardan oluşmaktadır. Ayrıca araştırmamızda katılımcı öğrencilerimizin medya okur yazarlığına karşı tutumlarında anlamlı bir değişiklik oluşup oluşmadığını saptamaya yönelik anketimizde 3 soru bulunmaktadır. Ankete katılanların daha doğru ve çekinmeden yanıt vermeleri açısından anket formlarına isimlerini yazmamaları önerilmiştir.

2.3. Verilerin Analizi

Verilerin analizinde SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) programı kullanılmıştır. Araştırmanın alt problemlerinin çözümlenmesinde frekans (f) ,yüzde (%), Toplamlı(birikimli) yüzde testleri uygulanmıştır. SPSS analizinin ardından veriler Word Excel programı ile sunulmuştur.

3.Çalışma İş-Zaman Çizelgesi

İşin Tanımı	Aylar			
	KASIM	ARALIK	OCAK	ŞUBAT
Literatür Taraması				
Eyejack uygulaması kullanılarak artırılmış gerçeklik çalışmalarının yapılması				
Artırılmış gerçeklik çalışmalarının da içerisinde bulunduğu anketin öğrencilerle paylaşılması				
Veri Toplanması				
Analiz Yapılması				
Çalışma Raporu Yazımı				

4. Bulgular

4.1 Ankete katılan öğrencilerin sosyo-demografik bilgileri

Tablo 1. Anket Sorularını Yanıtlayan Öğrencilerin Cinsiyet Dağılımı

	Frekans	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Toplamlı Yüzde Oranı
1	110	51,2	51,2	50,9
2	105	48,8	48,8	48,8
Toplam	215	100,0	100,0	100,0

Ankete katılan 215 öğrenciden 110'ı erkek ve 105'i erkeklerden oluşmaktadır.

Tablo 2. Ankete Katılan Öğrencilerin Devam Ettikleri Sınıf Düzeyleri

	Frekans	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Toplamlı Yüzde Oranı
1	77	35,8	35,8	35,8
2	55	25,6	25,6	25,6
3	54	25,1	25,1	25,1
4	29	13,5	13,5	13,5
Toplam	215	100,0	100,0	100,0

Ankete katılan 215 öğrencinin %35,8'i 5.sınıf, %25,6'sı 6.sınıf, %25,1'i 7.sınıf ve %13,5'i 8.sınıf öğrencilerinden oluşmaktadır.

Tablo 3. Ankete Katılan Öğrencilerin Devam Etmekte Oldukları Kurum Türü

	Frekans	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Toplamlı Yüzde Oranı
1	114	53	53	53
2	31	14,4	14,4	14,4
3	40	18,6	18,6	18,6
4	30	14	14	14
Toplam	212	100,0	100,0	100

Ankete katılan 215 öğrencinin %53'ü devlet, %31'i özel eğitim kurumlarına, % 40'ı Bilsen ve devlet ortaokuluna, %30'u bilsen ve özel okula devam etmektedir

Tablo 4. Ankete Katılan Öğrencilerin Anne-baba Birliktelik Durumları

	Frekans	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Toplamlı Yüzde Oranı
1	156	73,6	73,6	73,6
2	38	17,9	17,9	17,9
3	10	4,7	4,7	4,7
4	8	3,8	3,8	3,8
Toplam	212	100,0	100,0	100,0

Ankete katılan 215 öğrencinin %73,5'inin anne ve babasının birlikte olduğunu %21,4'ünün anne ve babasının ayrı olduğunu, %3,7'sinin babasının vefat ettiğini ve %1,4'ünün babasının vefat ettiğini saptadık.

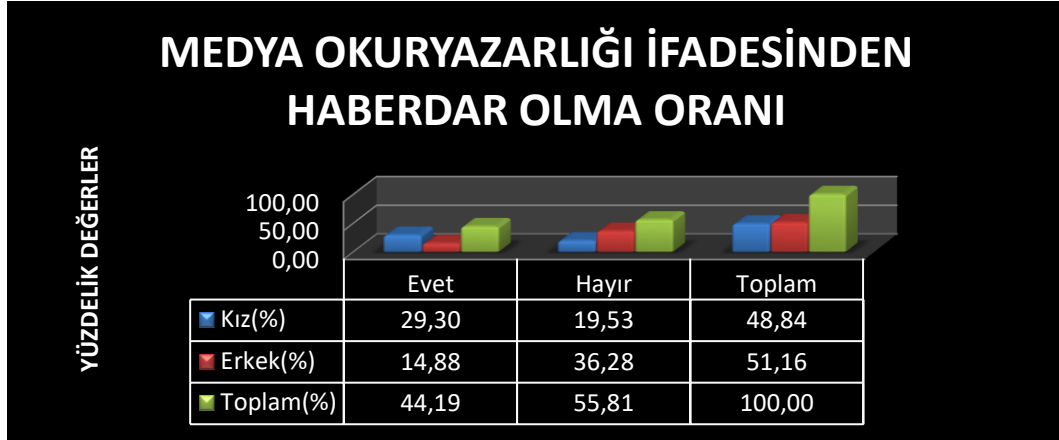
Tablo 5. Ankete Katılan Öğrencilerin Anne ve Babalarının Eğitim Düzeyleri

ANNE				
	Frekans	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Toplamlı Yüzde Oranı
1	29	13,4	13,4	13,4
2	24	11,1	11,1	11,1
3	8	3,7	3,7	3,7
4	74	34,4	34,4	34,4
5	80	37,2	37,2	37,2
Total	215	100,0	100,0	100,0
BABA				
	Frekans	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Toplamlı Yüzde Oranı
1	23	10,6	10,6	10,6
2	17	7,9	7,9	7,9
3	73	33,9	33,9	33,9
4	93	43,2	43,2	43,2
5	10	4,6	4,6	4,6
Total	215	100,0	100,0	100,0

Ankete katılan 215 öğrencinin %13,4'ünün annesinin ilkökul, %11,1'inin annesinin ortaokul, %37,2'sinin lise, % 34,4'ünün üniversite ve %37,2'sinin annesinin yüksek lisans/doktora mezunu olduğu görülmüştür.

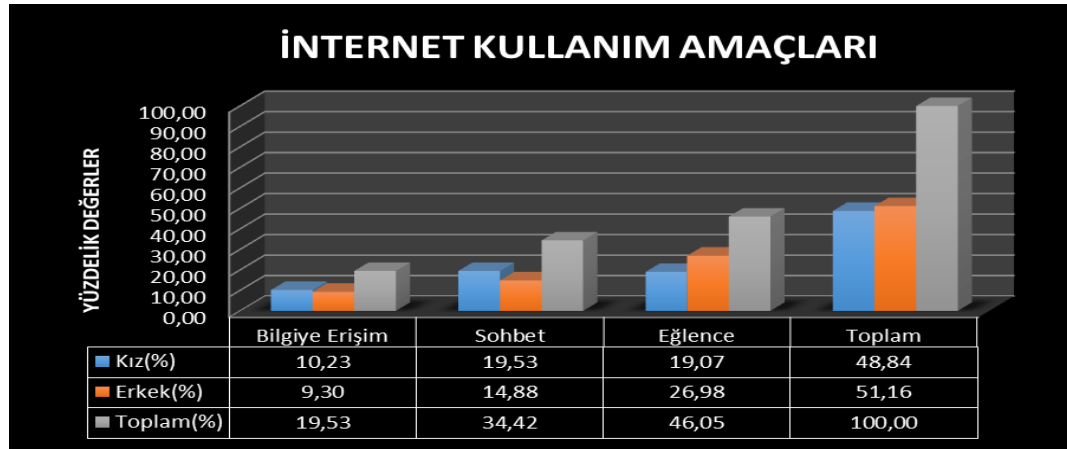
Ankete katılan 215 öğrencinin %10,6'sının babasının ilköğretim, %7,9'unun ortaokul, %33,9'unun lise, %43,2'sinin üniversite ve %4,6'sının yüksek lisans-doktora mezunu olduğu görülmüştür.

Tablo 6. Medya Okuryazarlığı İfadesini Daha Önce Duydunuz mu? Sorusuna Öğrencilerin Verdikleri Cevapların Yüzdeleri



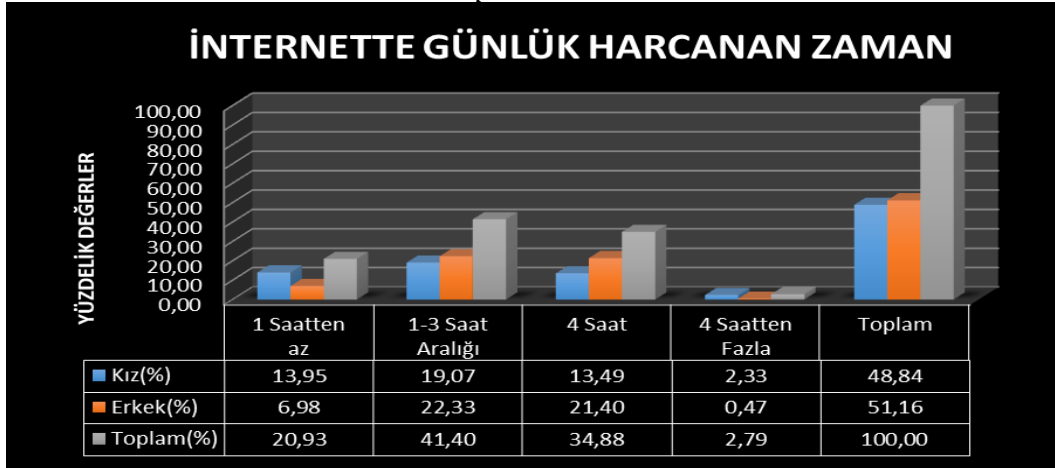
Ankete katılan 215 öğrenciden kız öğrencilerin "Medya okuryazarlığı ifadesini daha önce duydunuz mu?" Sorusuna %29,30'u evet, %19,53'ü hayır cevabını vermiştir. Ankete katılan erkek öğrencilerin "Medya okuryazarlığı ifadesini daha önce duydunuz mu?" sorusuna %14,88'i evet, %36,28'i hayır cevabını vermiştir.

Tablo 7. İnterneti Hangi Amaçlarla Kullanıyorsunuz? Sorusuna Öğrencilerin Verdikleri Cevapların Yüzdeleri



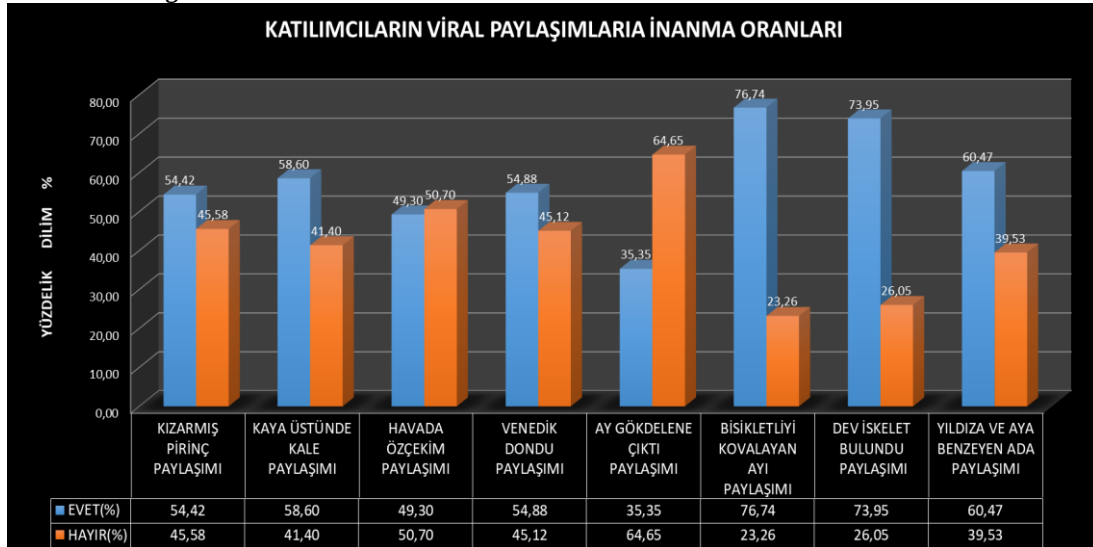
Ankete katılan 215 öğrenciden kız öğrencilerin "İnterneti Hangi Amaçlarla Kullanıyorsunuz?" Sorusuna %10,23'ü bilgiye erişim, %19,53'ü sohbet, % 19,07'si eğlence amacıyla kullandıklarını belirtmişlerdir. Ankete katılan erkek öğrencilerin "İnterneti Hangi Amaçlarla Kullanıyorsunuz?" Sorusuna % 9,30'u bilgiye erişim, %14,88'i sohbet, % 26,98'i eğlence amacıyla kullandıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 8. İnternette Günde Ortalama Kaç Saat Zaman Geçiriyorsun? Sorusuna Öğrencilerin Verdikleri Cevapların Yüzelik Oranları



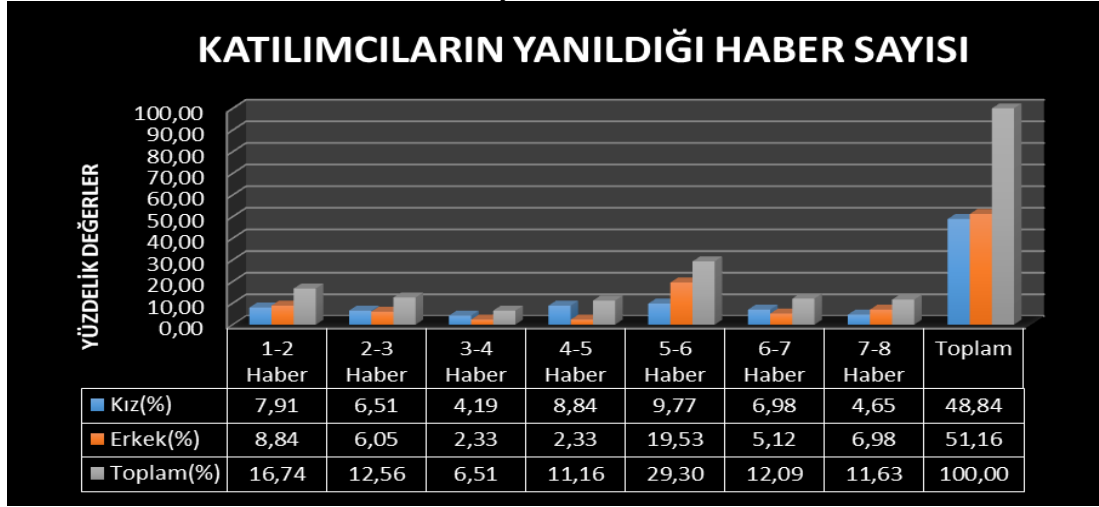
Ankete katılan 215 öğrenciden kız öğrencilerin “İnternette günde ortalama kaç saat zaman geçiriyorsun?” Sorusuna %13,95’i 1 saatten az, %19,07’si 1-3 saat, % 13,49’u 4 saat, %2,33’ü 4 saatten fazla cevabını vermiştir. Ankete katılan erkek öğrencilerin “İnternette günde ortalama kaç saat zaman geçiriyorsun?” Sorusuna %6,98’i 1 saatten az, %22,33’ü 1-3 saat, % 21,40’i 4 saat ve %0,47’si 4 saatten fazla cevabını vermiştir.

Tablo 9. İnternette 2021 Yılında En Çok Paylaşılan Sekiz Viral Paylaşımın Gerçek Paylaşım Olup Olmadığına Yönelik Katılımcılarımızın Verdikleri Yanıtların Yüzelik Oranları



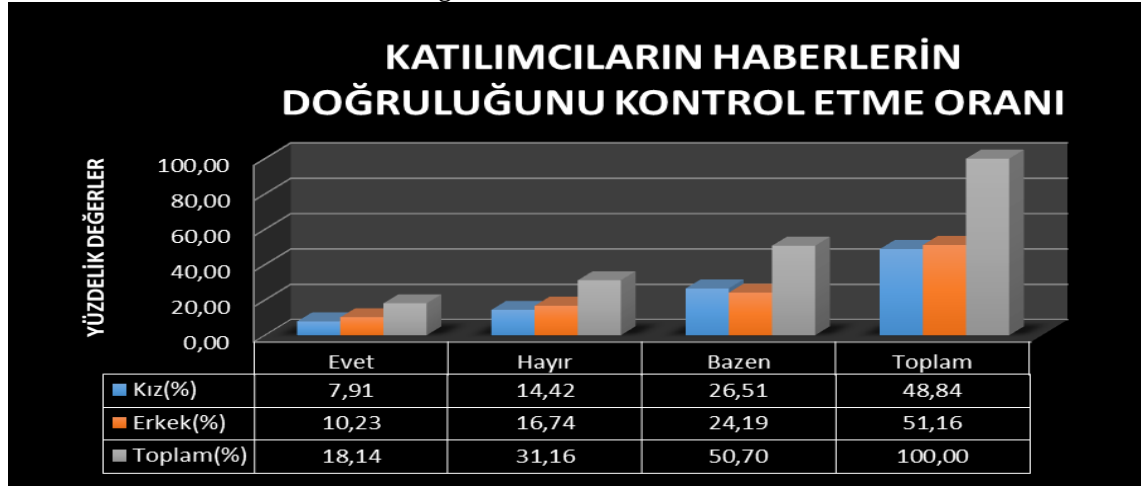
Ankete katılan 215 öğrencimizin %54,42’si kızarmış pirinç paylaşımını gerçek, %45,58’i sahte, “kaya üstünde kale paylaşımını” %58,60’ı gerçek, %41,40’ı sahte, “havada öz çekim” paylaşımını öğrencilerimizin %49,30’u gerçek, %50,70’i sahte, “Venedik dondu” paylaşımını öğrencilerimizin %54,88’i gerçek, %45,12’si sahte, “ay gökdelene çıktı” paylaşımını öğrencilerimizin % 35,35’i gerçek, %64,65’i sahte, “bisikletliyi kovalayan ayı” paylaşımını öğrencilerimizin % 76,74’ü gerçek, % 23,26’sı sahte, “dev iskelet” bulundu paylaşımını öğrencilerimizin % 73,95’i gerçek, %26,05’i sahte, “yıldız ve aya benzeyen ada” paylaşımını öğrencilerimizin % 60,47’si gerçek, %39,53’ü sahte olduğunu ifade etmiştir.

Tablo 10. Eyejack Uygulaması Sonrası Resimleri Tarayıp Paylaşımların Üzerinde Oynanmamış Halini Gördükten Sonra Kaç Haberde Yanıldığınızı İşaretler misiniz? Sorusuna Öğrencilerin Verdikleri Cevapların Yüzelik Oranları



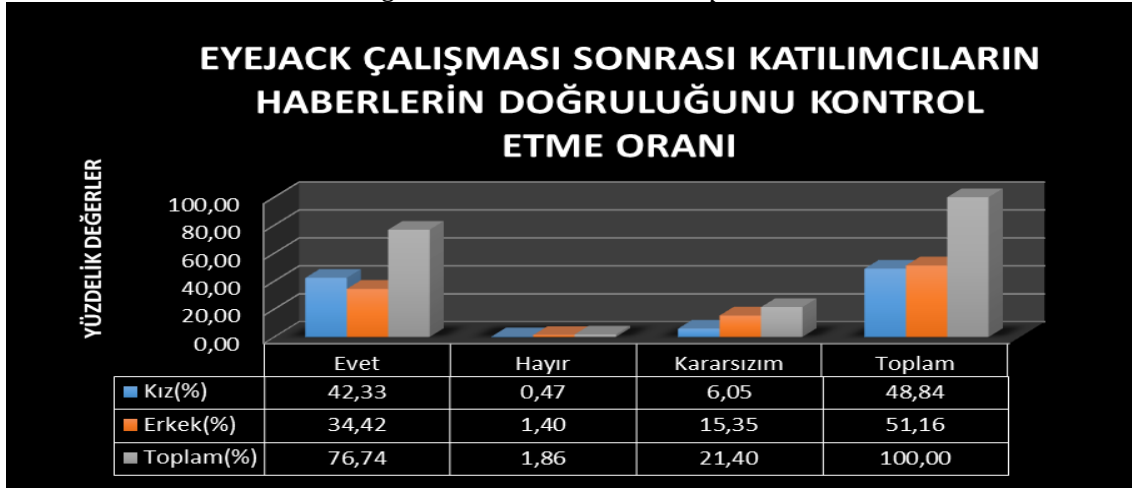
Ankete katılan 215 öğrenciden kız öğrencilerin “Eyejack uygulaması sonrası resimleri tarayıp paylaşımların üzerinde oynanmamış halini gördükten sonra kaç haberde yanıldığınızı işaretler misiniz? Sorusuna %7,91’i ‘u 1-2, % 6,51’i 2-3 %4,19’u 3-4 %8,84’’ü 4-5, % 9,77’si 5-6, %6,98’i 6-7, % 4,65’i 7-8 paylaşımda yanıldıkları cevabını vermiştir. Ankete katılan erkek öğrencilerin %8,84’ü 1-2, % 6,05’i 2-3, % 2,33’ü 3-4, % 2,33’ü 4-5, % 19,53’ü 5-6, % 5,12’si 6-7, %6,98’si 7-8 haberde yanıldıkları cevabını vermişlerdir.

Tablo 11. Sosyal Medyada Paylaşılan Haberlerin Kaynağını ve Doğruluğunu Kontrol Ediyor musunuz? Sorusuna Öğrencilerin Verdikleri Yanıtların Yüzelik Oranları



Ankete katılan 215 öğrenciden kız öğrencilerin “Sosyal medyada paylaşılan haberlerin kaynağını ve doğruluğunu kontrol ediyor musunuz?” Sorusuna %7,91’i evet , % 14,42’si hayır, %26,51’i bazen , cevabını vermiştir. Ankete katılan erkek öğrencilerin %10,23’ü evet, %16,74’ü hayır,%24,19’u bazen % 3,30’u yanıtını vermiştir.

Tablo 12. Bu Çalışmadan Sonra Sosyal Medyada Karşılaştığınız Haberlerin Doğruluğunu Sorgular mısınız? Sorusuna Öğrencilerin Verdikleri Cevapların Yüzdelik Oranları



Ankete katılan 215 öğrenciden kız öğrencilerin “Bu çalışmadan sonra sosyal medyada karşılaştığınız haberlerin doğruluğunu sorgular mısınız?” Sorusuna %42,33’ü evet , % 0,47’si hayır, %6,05’i kararsızım, cevabını vermiştir. Ankete katılan erkek öğrencilerin %34,42’si evet, %21,40’ı hayır,%15,35’i kararsızım yanıtını vermiştir.

Sonuç ve Tartışma

Katılımcı öğrencilerimizin çalışmamız öncesinde % 55,812inin medya okuryazarlığı ifadesini daha önce duymadığı, % 44,19’unun ise bu ifadeyi daha önce duyduğu görülmüştür. Bu sonuç doğrultusunda erken yaşlarda kazanılması gereken medya okuryazarlığının hedef kitlemiz olan Adana’da öğrenim gören 215 ortaokul öğrencisinden sadece 95’i tarafından bilindiği, 120’si tarafından bilinmediği sonucuna ulaşılmıştır.

Katılımcılara yönelttiğimiz interneti hangi amaçlarla kullanıyorsunuz sorusuna öğrencilerimizin %19,53’ü bilgiye erişim, % 34,42’si sohbet, ve %46,05’i eğlence amacıyla kullandıklarını ifade etmişlerdir. Bu sonuç doğrultusunda katılımcı öğrencilerimizin büyük bir çoğunluğunun interneti eğlenmek amacıyla kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Eyejack artırılmış gerçeklik uygulaması ile 2021 yılında medyada en çok paylaşılan 8 haber paylaşımının aslında üzerinde oynama yapılmış görsellerden oluştuğunu gösteren videoları söz konusu haber görsellerinin içerisine yerleştirdik. Katılımcı öğrencilerimize bu haber paylaşımlarının gerçek ya da sahte olup olmadığını sorduk. Anket sonuçlarına baktığımızda katılımcı 215 öğrencimizin %54,42’si “kızarmış pirinç” paylaşımını gerçek, %45,58’i sahte, “kaya üstünde kale” paylaşımını %58,60’ı gerçek, %41,40’ı sahte, “havada öz çekim” paylaşımını öğrencilerimizin %49,30’u gerçek, %50,70’i sahte, “Venedik dondu” paylaşımını öğrencilerimizin %54,88’i gerçek, %45,12’si sahte, “ay gökdelene çıktı” paylaşımını öğrencilerimizin % 35,35’i gerçek, %64,35’i sahte, “bisikletliyi kovalayan ayı” paylaşımını öğrencilerimizin % 76,74’ü gerçek, % 23,26’sı sahte, “dev iskelet bulundu” paylaşımını öğrencilerimizin % 73,95’i gerçek, %26,05’i sahte, “yıldıza ve aya benzeyen ada” paylaşımını öğrencilerimizin % 60,47’si gerçek, %39,53’ü sahte olduğunu ifade etmiştir. Bu sonuçlar doğrultusunda katılımcılarımızın aslında iki farklı görselin birleştirilmesiyle insanların dikkatini çekebilmek adına yapılan paylaşımları çok anlamlı olmasa da gerçekçi buldukları sonucuna varılmıştır.

Katılımcı öğrencilerimizden anketimizin ikinci kısmında artırılmış gerçeklik uygulamalarından biri olan eyejack uygulamasını telefonlarına indirmeleri ve ardından aynı haber görsellerini eyejack uygulama kamerası ile taramaları istenmiştir. Resimleri tararken katılımcı öğrencilerimiz internette viral olarak tanımlanan bu paylaşımların aslında üzerinde oynama yapılmış görseller olduğunu gösteren videoları izlediler. Katılımcı öğrencilerimize bu uygulamayı kullanarak haberlerin gerçek bağlamını izlettikten sonra kaç haberde yanıldıklarını

sorduk. Anketimize katılan 215 öğrencimizin % 11,63'ü 7-8 haber, % 12,09'u 6-7 haber, %29,30'u 5-6 haber, %11,16'sı 4-5 haber, %6,51'i 3-4 haber, %12,56'sı 2-3 haber ve % 16,74'ü 1-2 haberde yanıtladıklarını ifade etmişlerdir. Bu sonuçlar doğrultusunda katılımcı öğrencilerimizin %29,30'unun paylaşılan sekiz yanlış haberden 5-6 tanesini doğru kabul ettikleri görülmüştür.

Katılımcı öğrencilerimize yönelttiğimiz "medyada paylaşılan haberlerin kaynağını ve doğruluğunu kontrol ediyor musun?" Sorusuna öğrencilerimizin %18,14'ü evet, %31,16'sı hayır ve % 50,70'i bazen yanıtını vermiştir. Bu oranlar doğrultusunda katılımcı öğrencilerimizin küçük bir kısmının medyada karşılaştığı haberlerin doğruluğunu sorguladığı sonucuna varılmıştır.

Katılımcı öğrencilerin Eyejack çalışmasından sonra medya okuryazarlığına karşı farkındalıklarında anlamlı bir değişiklik oluşup oluşmadığını ortaya çıkarmaya yönelik yönelttiğimiz "Bu çalışmadan sonra medyada karşılaştığınız paylaşımların doğruluğunu sorgular mısınız?" sorusuna katılımcılarımızın %76,74'ü evet, %1,86'sı hayır ve % 21,40'ı kararsızım yanıtını vermiştir. Bu oranlar doğrultusunda katılımcı öğrencilerimizin büyük bir kısmında medya okur yazarlığına karşı farkındalık düzeylerinde anlamlı bir değişiklik olduğu görülmektedir.

Öneriler

Z kuşağı olarak adlandırılan 1997/2012 yılları arasında dünyaya gelmiş olan neslin medya okuryazarlığı konusunda eğitilmeleri çok büyük bir gerekliliktir. Bu çalışmada eyejack artırılmış gerçeklik uygulaması ile 2021 yılında en çok paylaşılan sahte haberlerin içerisine haberlerin üzerinde oynama yapılmamış bağlamları ve açıklamaları video haline getirilerek ilgili haber görsellerinin içerisine yerleştirildi. Katılımcı öğrencilerimizin onlara sunulan ile gerçekte var olan paylaşımlara dair farkındalıklarında anlamlı bir değişiklik meydana getirmek amaçlandı. Bizden sonraki çalışmaların eyejack dışında farklı uygulamalar ile benzer çalışmaları daha geniş bir katılımcı kitleyle yürütmeleri daha faydalı olacaktır. Bu araştırmanın örneklemini Adana İli genelinde eğitimine devam eden 215 ortaokul öğrencisinden oluşmaktadır. Bizden sonraki çalışmalar benzer çalışmaları elektronik kitap ya da broşür haline getirerek daha büyük bir örneklem grubu ve farklı eğitim seviyeleri ile çalışabilirler.

Bu çalışmada 2021 yılında en çok paylaşılan sekiz yalan haber belirlenmiş ve katılımcılarla google dokümanlar aracı yardımıyla paylaşılmıştır. Gelecek çalışmalar farklı içerikleri esas alarak interaktif içerikler üretebilirler.

Kaynakça

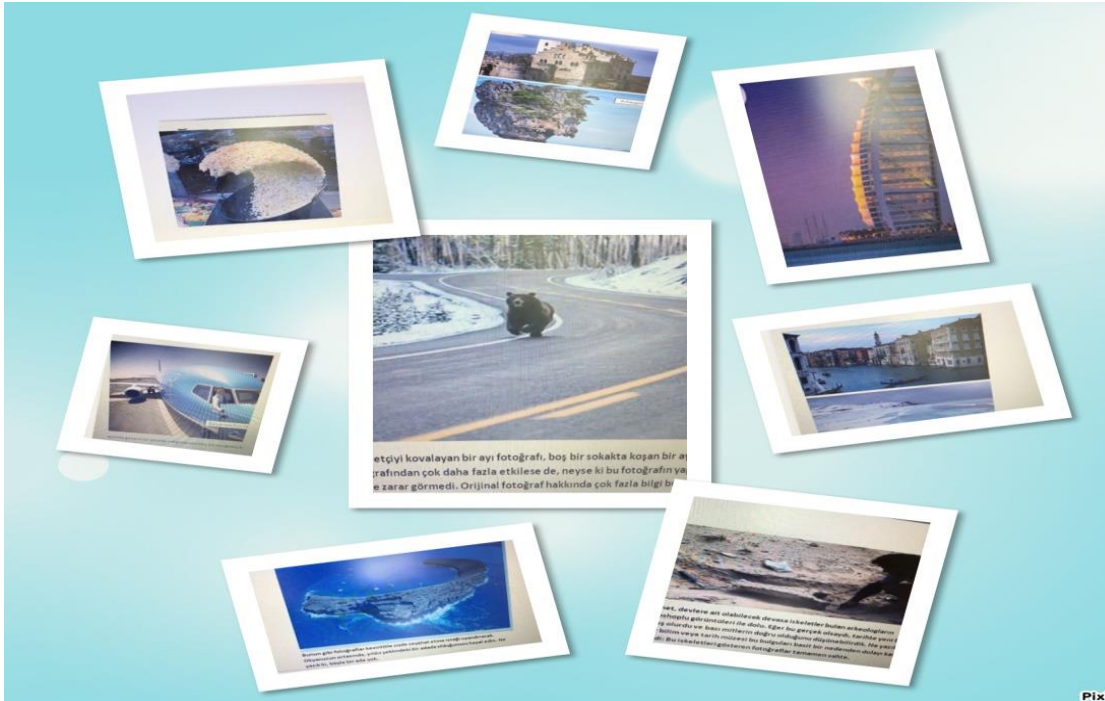
- Datareportal.Digital 2021 Turkey. 17:23 12 2021, <https://datareportal.com/digital-in-turkey>
- Dijital 2021 Raporunda Türkiye ve Dünyada İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı Karşılaştırması, 17 Aralık 2021. <https://recrodigital.com/dijital-2021-raporunda-turkiye-ve-dunyada-internet-ve-sosyal-medya-kullanimi-karsilastirmasi-ocak-2021/#:~:text=T%C3%BCrkiye'de%20n%C3%BCfusun%20%70.8',sosyal%20medyay%C4%B1%20aktif%20olarak%20kullan%C4%B1yor.>
- Fedorov, Alexander. (2008). Media Education around the World: Brief History. Acta Didactica Napocensia. 1.
- Herzig, Bardo & Aßmann, Sandra. (2014). How to Define Media in a Mediatized Society? A Media Pedagogical Proposal Inspired by Theoretical Ideas of Castells, Luhmann and Peirce. MedienPädagogik 24. 18-29. 10.21240/mpaed/24/2014.07.18.X.
- Jeanneney, Jean-Noél, (1998). Başlangıcımızdan Günümüze Medya Tarihi, (Çev. Esra Atuk). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Kurtuluş S,Özkan E,Öztürk S, *How Do Social Media Users in Turkey Differ in Terms of Their Use Habits and Preferences?* Volume 10, Number 3, September 2015
- News and Media Literacy.*What is Media Literacy?* 02:07 13 Aralık 2021, [https://www.common sensemedia.org/news-and-media-literacy/what-is-digital-literacy.](https://www.common sensemedia.org/news-and-media-literacy/what-is-digital-literacy)
- RTÜK (2010). Medya Okuryazarlığı. Aralık 20, 2021, <http://www.medyaokuryazarligi.org.tr/4.html>
- Stotler, Melody. (2013). Media literacy: The state of research and suggestions for future approaches.
- Suminas, Andrius & Jastramskis, Deimantas. (2020). The importance of media literacy education: How Lithuanian students evaluate online news content credibility. Central European Journal of Communication. 13. 230-248. 10.19195/1899-5101.13.2(26).5.
- Wardle and Derakhshan, 2017 C. Wardle, H. Derakhshan Information Disorder: toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making Report to the Council of Europe (2017).

Ekler

Ek 1. Eyejack Artırılmış Gerçeklik Uygulamasını Kullanmadan Paylaştığımız Yalan Haber Görselleri



Ek 2. Eyejack Artırılmış Gerçeklik Uygulamasını Kullandıktan sonra Paylaştığımız Yalan Haberlerin Üzerinde Oynama Yapılmamış Görselleri



Ek 3. Katılımcı Öğrencilerimizin Eyejack Uygulaması Kullanarak Haberlerin Üzerinde Oynanmamış Hallerini Görüntüleme Görselleri



EXTENDED SUMMARY

It was seen that 55,812% of our participant students had not heard the expression media literacy before, and 44.19% had heard this expression before. In line with this result, it was concluded that media literacy, which should be acquired at an early age, is known by only 95 of the 215 secondary school students studying in Adana, which is our target audience, and not by 120.

When we asked the participants for what purposes do you use the internet, 19.53% of our students stated that they use it for access to information, 34.42% for chat, and 46.05% for entertainment. In line with this result, it was concluded that the majority of our participant students use the internet for entertainment purposes.

With the Eyejack augmented reality application, we placed the videos that show that the 8 most shared news posts in the media in 2021 are actually made up of manipulated images within the said news images. We asked our participating students whether these news posts were real or fake. When we look at the results of the survey, 54.42% of our 215 participant students said that "fried rice" is real, 45.58% is fake, 58.60% is real, 41.40% is fake. Self-portrait in the air, 49.30% of our students are real, 50.70% are fake, "Venice is frozen", 54.88% of our students are real, 45.12% are fake, the moon is on the skyscraper. 35.35% of our students are real, 64.35% are fake, "the bear chasing the biker" is shared by 76.74% of our students is real, 23.26% is fake, "giant skeleton was found" by 73% of our students, 95% of them are real, 26.05% are fake, and 60.47% of our students stated that the "island that looks like a star and moon" is real and 39.53% is fake. In line with these results, it was concluded that our participants found the posts made to attract people's attention by combining two different images, although not very meaningful, realistic.

In the second part of our survey, our participant students were asked to download the eyejack application, which is one of the augmented reality applications, on their phones and then scan the same news images with the eyejack application camera. While scanning the pictures, our participant students watched videos that showed that these posts, which are defined as viral on the internet, are actually images that have been manipulated. We asked our participant students how many news stories they were wrong after watching the real context of the news using this application. 11,63% of our 215 students participated in our survey 7-8 news, 12.09% 6-7 news, 29.30% 5-6 news, 11.16% 4-5 news, 6% .51 of them stated that they were wrong about 3-4 news, 12.56% of 2-3 news and 16.74% of them about 1-2 news. In line with these results, it was seen that 29.30% of our participant students accepted 5-6 of the eight false news shared as true. "Do you check the source and accuracy of the news shared in the media?" 18.14% of our students answered yes, 31.16% no and 50.70% sometimes answered the question. In line with these rates, it was concluded that a small part of our participant students questioned the accuracy of the news they encountered in the media.

The question "Do you question the accuracy of the posts you encounter in the media after this study?" in order to reveal whether there was a meaningful change in the awareness of the participant students towards media literacy after the Eyejack study. To the question, 76.74% of our participants answered yes, 1.86% no and 21.40% were undecided. In line with these rates, it is seen that there is a significant change in the awareness levels of the majority of our participant students towards media literacy.