

Geliş Tarihi (Received): 27.02.2019
Kabul Tarihi (Accepted): 23.10.2019
SPORMETRE, 2019,17(4),56-67
DOI: 10.33689/spormetre.533369

SPOR BİLİMLERİ FAKÜLTESİNDE ÖĞRENİM GÖREN ÖĞRENCİLERİN MEDYA OKURYAZARLIK DÜZEYLERİNİN İNCELENMESİ

Yunus Sinan BİRİCİK¹

¹Atatürk Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi, Erzurum

Öz: Bu çalışmada; spor bilimleri fakültesinde öğrenim gören öğrencilerin medya okuryazarlık düzeylerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırma grubunu Atatürk Üniversitesi'nde 2016-2017 güz yarıyılında Spor Bilimleri Fakültesinin; Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği, Spor Yöneticiliği, Antrenörlük ve Rekreasyon bölümlerinde öğrenim gören 90 kadın ve 202 erkek olmak üzere toplam 292 öğrenciden oluşturmaktadır. Medya Okuryazarlık Düzey Belirleme Ölçeği (Media Literacy Level Determination Scale) Karaman ve Karataş (2009) tarafından geliştirilmiş olup beşli likert tipinde üç boyutlu ve 17 maddeden oluşan bir ölçektir. Verilerin analizinde katılımcıların demografik özelliklerini belirlemek için frekans analizi; cinsiyet, öğrenim şekli ve gazeteleri takip etme değişkenine göre medya okuryazarlık düzeylerinin karşılaştırılmasında bağımsız gruplarda t-testi uygulanmıştır. Bölüm, sınıf, haftalık TV izleme sıklığı ve haftalık internet kullanım sıklığı durumlarına göre medya okuryazarlık düzeylerinin karşılaştırılmasında Tek Yönlü Varyans analizi (ANOVA) ve gruplar arasındaki farkın kaynağını belirlemek için de Tukey testi uygulanmıştır. Yapılan analizler sonucunda erkek öğrencilerin, kadın öğrencilere oranla yargılayabilme / örtük mesajları görebilme alt boyutunda daha yüksek medya okuryazarlık düzeyine sahip oldukları tespit edilmiştir. Spor bilimleri alanında öğrenim gören öğrencilerin medya okuryazarlık alışkanlıklarının geliştirilmesi adına seçmeli derslerde bu programa yer verilmesi önerilmektedir.

Anahtar Kelime: Medya Okuryazarlığı, Spor Bilimleri, Üniversite Düzeyi

STUDY OF MEDIA LITERACY LEVELS OF STUDENTS LEARNED IN SPORTS SCIENCES FACULTY

Abstract: In this study, it is aimed to examine the media literacy levels of the students studying in the faculty of sports sciences. The research group was conducted by Atatürk University in 2016-2017 fall semester. There are 292 students (90 females and 202 males) studying in the departments of Physical Education and Sports Teaching, Sports Management, Coaching and Recreation in total. The Media Literacy Level Determination Scale was developed by Karaman and Karataş (2009) and is a three-point Likert-type three-dimensional scale with 17 items. Frequency analysis to determine the demographic characteristics of the participants in the analysis of data; t-test was used in independent groups to compare media literacy levels according to gender, type of education and follow-up of newspapers. One-way analysis of variance (ANOVA) was used to compare media literacy levels according to episode, class, weekly TV viewing frequency and weekly frequency of internet usage, and Tukey test was applied to determine the source of difference between groups. As a result of the analyzes, it was determined that male students had higher media literacy level in terms of being able to judge / see implicit messages compared to female students. It is recommended to include this program in the elective courses in order to improve media literacy habits of students studying in the field of sports science.

Keywords: Media Literacy, Sports Sciences, University Level

GİRİŞ

Son yıllarda bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan hızlı gelişmeler, toplumun her alanında önemli değişiklikler yaparak yeniden yapılanma sürecini devam ettirmektedir. Bu nedenle de medyalara erişimin oldukça fazla olması ve her yerde kullanılabilir olması normal bir durumdur. (Gutierrez ve ark., 2012). Medya içerikleri bireylere, uygun olan ve uygun olmayan davranışları,

toplumsal cinsiyet farklılıklarını, değerleri ve dünya hakkında bilgileri sunmaktadır. Genellikle insanlar, medyanın kültürü tarafından eğitildiğinin ve şekillendiğinin farkında olmazlar. Bu nedenle de medyadan yayılan iletiler, gizli ve bilinçaltına yönelik olmaktadır. Medyanın nasıl anlam inşa ettiği, nasıl etkilediği ve yaratmış olduğu mesajları ve içerikleri ile izleyici üzerinde nasıl bir iz bıraktığını bireylerin anlamlandırabilmesi için geleneksel okuryazarlığın yanında başka bir okuryazarlığa da ihtiyaçları vardır. Bu ihtiyacı da medya okuryazarlığı karşılamaktadır. (Kelner, 2014).

Medya okuryazarlığı, geleneksel olarak bilinen okuryazarlıktan oldukça farklı anlamlar içerir. Bireylerin medya ile karşı karşıya kaldıkları zaman medya içeriklerini daha iyi anlamlandırmak için kullanacakları bir bakış açısı sunar. (Kutoğlu, 2016). Kısacası medya okuryazarlığı; yazılı, görsel ve işitsel (radyo, televizyon, video, sinema, reklamlar, internet vs.) medya içeriklerine erişim, bu içerikleri çözümlenme, anlamlandırma ve ileti becerileri olarak tanımlanmaktadır (İnceoğlu, 2016). Medya okuryazarlığı, televizyon, radyo, gazeteler, dergiler, kitaplar, reklam panoları, video oyunlar, işaretler, müzikler ve internet içerikleri gibi medya türlerini anlamaya ve çözümlenmeyi sağlayan, doğru kullanım becerilerinin öğrenildiği bir okuryazarlık türüdür. Bu okuryazarlığı olan bireyler, medya mesajlarının nasıl inşa edildiğini, yüzeyin altına gizlenmiş anlamları keşfedebilir ve kendi medya içeriklerini oluşturma da daha aktif hale gelebilir (Juneau, 2014).

Livingstone (2004)' a göre, medya okuryazarlığının değişen doğası ve kullanımlarında, medya okuryazarlığını çeşitli bağlamlarda mesajlara erişme, analiz etme, değerlendirme ve oluşturma yeteneği olarak tanımlanmaktadır. Bu dört bileşenli model, baskı, yayıncılık ve internete eşit derecede iyi uygulama avantajını sağlayarak bireylere yardımcı olmaktadır. Medya okuryazarlığı becerilerinin, çocuklara, gençlere ve yetişkinlere yardımcı olabileceğini ve medya okuryazarlığı olan bir bireyin aşağıdaki özellikleri kendinde barındırdığını belirtir:

- Medya mesajlarının nasıl anlam yarattığını, anlama becerileri vardır.
- Belirli bir medya mesajını kimin oluşturduğunu belirleyip, ideolojisini anlamaktadır.
- Medya içeriklerini oluşturan kişilerin, oluşturmuş olduğu içeriklerin altında yatan gizli anlamları keşfeder.
- Kullanılan araçları etkin ve verimli bir şekilde kullanır.
- Önyargı, eşitsizlikler, yanlış enformasyon ve yönlendirmelerin farkına varır.
- Medya metinlerinde verilen gerçekliğin gösterilmeyen tarafını keşfeder.
- Medya mesajlarını kendi deneyimlerimiz, inançları ve değerlerine göre değerlendirme yeteneğine sahiptir (Livingstone 2004).

Medya artık özellikle internet aracılığıyla, her zamankinden daha fazla tanıtıma erişim imkânı sunmaktadır. Özellikle, bilgisayarlar ve İnternet hızla temsili formlarda bilgiyi aramak, seçmek, toplamak, saklamak ve iletmek için baskın kültürel araçlarımız haline gelmektedir (Jenkins, 2006; Kuiper ve ark., 2009). Medya içeriği ve medya kullanımına erişim, günümüzde küçük çocuklar tarafından bile gerçekleştiği için, çocukluk, gençlik ve olgunluk arasındaki sınırları da bulanıklaştırmaktadır. Bu tür nedenlerden ötürü de toplumlarda medya okuryazarlığına daha da

fazla ihtiyaç duyulmaktadır. Özellikle de çocuklar ve genç kullanıcılar göz önünde bulundurulduğunda küresel olarak medya okuryazarlarının artırılması, güvenli medya kullanımını sağlamak açısından önem teşkil etmektedir (Kotliainen ve Granlund, 2010). Çağımızda, bilgi patlaması yaşanmakta ve geçmişte oldukça önemli olan bilgiye ulaşım, şu anda herkesin kolaylıkla ulaşabileceği bir hal almıştır. Bu noktada da bireylerin ilgi alanları çerçevesinde bilgiye erişimleri için kolaylık sağlayan medyalar mevcuttur (Özad, 2016).

Kitle iletişim araçlarını kullananlar ve bunlar için içerik üretenlerin, eleştirel düşünme ve yaratıcı problem çözme becerilerine sahip olmaları gerekmektedir. Medya eğitimi, dünyanın her ülkesinde, her bireyin temel hakkının, ifade özgürlüğünün ve bilgi edinme hakkının bir parçasını oluşturmaktadır. Bu ülkelerde, demokrasinin oluşturulmasında ve sürdürülmesinde çok önemli bir unsurdur. İnsanlar, satırlar arasında okumayı öğrenirlerse, onlara ulaşan müzik videolarının, filmlerin ve diğer medya biçimlerinin kendilerine ne söylemek istediklerini tam olarak anlamlandırabilirler (<https://europa.eu>).

Medya okuryazarlığı ABD’de ortaya çıkan bir hareket olarak 1970’lerden itibaren İngiltere’de ve İskandinav ülkelerinde de yaygınlaşmaya başlamıştır. Medya okuryazarlığı, kurumsal olarak ancak 2000’de mart ayında yapılan Lizbon zirvesi ile AB gündemine girmiştir. Lizbon Zirvesi Avrupa Birliği’nin yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerine dayalı bilgi toplumu ve bilgi ekonomisinin şekillendirildiği Avrupa’nın geleceğini yaratma konusundaki stratejilerin belirlendiği bir zirvedir (Pekman 2007; Akt: Uysal, 2016). Eğitim sistemlerinin yenilenmesi, niteliğinin artırılması ve bilgi teknolojilerinin kullanılmasının tüm toplumlarda yaygınlaşması temel hedeflerdir. Bu bağlamda da günümüz gençlerin önceki nesillere göre daha avantajlı konumda oldukları ve eski kuşaklara oranla daha fazla medya okuryazarı olabilecekleri söylenebilir.

Medya okuryazarlığı ile ilgili dünyada yürütülen uygulamalara bakıldığında, Finlandiya, İsveç, Norveç ve Danimarka’da medya okuryazarlığının 1970’lerden okul müfredatlarına girildiği görülmektedir. 1991’de Fransa’ yapılan uluslararası bir sempozyumda Afrika, Amerika ve Güney Asya’dan katılımcılar medya okuryazarlığının eğitim sisteminin bir parçası olması konusunda ortak görüşe varmışlardır (İnceoğlu, 2016). Medya okuryazarlığı eğitimi konusundaki çalışmaların Türkiye örneğinde ise, medya okuryazarlığı uygulamalarına 2000’li yılların başından itibaren rastlanılmaktadır. Medya okuryazarlığı dersinin, ilk yıl beş pilot okulda, sonrasında ise ülke genelinde “seçmeli” ders olarak ilköğretim müfredatına dâhil olmuştur. Radyo Televizyon Üst Kurulu ile Milli Eğitim Bakanlığı arasında imzalanan işbirliği protokolüne uygun olarak, 2006-2007 öğretim yılında farklı bölgelerdeki beş ilköğretim okulunda pilot olarak başlatılan medya okuryazarlığı dersi, 2007-2008 öğretim yılından itibaren ülke genelinde seçmeli ders olarak okutulmaya başlamıştır (Hasdemir, 2012). Dünyada yaşanan küreselleşme, deregülasyon ve medyanın özelleştirilmesi ve internet teknolojileri ile birlikte medyalara erişimin ve ulaşılabilirliğinin artması medya okuryazarlık eğitimini zorunlu kılmaktadır (İnceoğlu, 2016).

Ülkelerde medya okuryazarlık ile ilgili uygulamalara baktığımızda, ülke olarak geç kaldığımız görülmektedir. Şu anda seçmeli olarak okutulmaya başlanan medya okuryazarlığı dersini almayan kuşaklar bu konuda yeni jenerasyona oranla daha az bilgiye sahiptirler. Günümüzde şu an üniversite eğitimine devam eden genç kitlenin birçoğunun medya okuryazarlığı eğitimi almadığı düşünüldüğünde, medyaları kullanma eğilimleri ve nasıl kullandıklarına dair araştırmalar önem arz etmektedir. Bu bağlamda da çalışmamızın amacı, spor bilimleri alanında öğrenim gören üniversite öğrencilerinin medya içeriklerini algılama farkındalıklarından yola çıkılarak, medya okuryazarlık düzeylerinin incelenmesidir.

YÖNTEM

Örneklem ve Veri Kümesi: Araştırmanın evreni Atatürk Üniversitesi'nde 2016-2017 güz yarıyılında Spor Bilimleri Fakültesinde öğrenim gören toplam 1120 öğrenciden oluşmaktadır. Örneklem grubu ise; beden eğitimi ve spor öğretmenliği (76), spor yöneticiliği (72), antrenörlük (68) ve rekreasyon (76) bölümlerinde öğrenim gören 90 kadın ve 202 erkek olmak üzere toplam 292 öğrenciden oluşmaktadır. Anket basit tesadüfi örnekleme yöntemi ile Atatürk Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi'ndeki öğrenciler ile yüz yüze görüşme yapılarak anketin doldurulması istenmiştir. Evrenin büyüklüğü bakımından 300 adet anket dağıtılmış ve 8 anket eksik doldurulduğu için değerlendirilmeye alınmamıştır. Katılımcıların cinsiyet, bölüm, sınıf, öğrenim şekli, gazeteleri takip etme, haftalık TV izleme sıklığı ve haftalık internet kullanma sıklığı değişkenlerine göre frekans dağılımı Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo. 1 Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bilgiler

Cinsiyet	N	%	Gazeteleri Takip Etme	N	%
Kadın	90	30,8	Evet	98	33,6
Erkek	202	69,2	Hayır	194	66,4
Bölüm	N	%	Haftalık TV İzleme Sık.	N	%
Öğretmenlik	76	26,0	1 saatten az	151	51,7
Spor Yöneticiliği	72	24,7	1-5 saat	102	34,9
Antrenörlük	68	23,3	6-10 saat	22	7,5
Rekreasyon	76	26,0	11-20 saat	10	3,4
			20 saatten fazla	7	2,4
Sınıf	N	%	Haftalık İnt. Kullanım Sık.	N	%
1.sınıf	119	40,8	1 saatten az	7	2,4
2.sınıf	61	20,9	1-5 saat	48	16,4
3.sınıf	55	18,8	6-10 saat	68	23,3
4.sınıf	57	19,5	11-20 saat	59	20,2
			20 saatten fazla	110	37,7
Öğrenim	N	%	Toplam	292	100
Örgün	166	56,8			
II. Öğretim	126	43,2			

Katılımcıların cinsiyetlerine ilişkin dağılımlarına bakıldığında 90 kişi ile % 30,8'inin kadın; 202 kişi ile % 69,2'sinin erkek olduğu görülmektedir. Katılımcıların bölümlerine ilişkin dağılımlarına bakıldığında 76 kişi ile % 26,0'ının Öğretmenlik, 72 kişi ile % 24,7'sinin Spor Yöneticiliği, 68 kişi ile % 23,3'ünün Antrenörlük ve 76 kişi ile % 26,0'ının Rekreasyon bölümü öğrencisi olduğu görülmektedir. Katılımcıların sınıflarına ilişkin dağılımlarına bakıldığında 119 kişi ile % 40,8'inin 1. sınıf, 61 kişi ile % 20,9'unun 2. sınıf, 55 kişi ile % 18,8'inin 3. sınıf ve 57 kişi ile % 19,5'inin 4. sınıf öğrencisi oldukları görülmektedir.

Katılımcıların öğrenim şekillerine ilişkin dağılımlarına bakıldığında 166 kişi ile % 56,8'inin örgün öğretim, 126 kişi ile % 43,2'inin II. öğretim öğrencisi olduğu görülmektedir. Katılımcıların gazeteleri takip etmelerine ilişkin dağılımlarına bakıldığında; 98 kişi ile % 33,6'sının evet, 194 kişi ile % 66,4'ünün hayır cevabını verdikleri görülmektedir. Haftalık TV izleme sıklığına ilişkin dağılımlarına bakıldığında; 151 kişi ile % 51,7'sinin 1 saatten az, 102 kişi ile % 34,9'unun 1-5 saat,

22 kişi ile % 7,5'sinin 6-10 saat, 10 kişi ile % 3,4'ünün 11-20 saat ve 7 kişi ile % 2,4'ünün 20 saatten fazla cevabını verdikleri görülmektedir. Haftalık internet kullanma sıklığına ilişkin dağılımlarına bakıldığında; 7 kişi ile % 2,4'ünün 1 saatten az, 48 kişi ile % 16,4'ünün 1-5 saat, 68 kişi ile % 23,3'ünün 6-10 saat, 59 kişi ile % 20,2'sinin 11-20 saat ve 110 kişi ile % 37,7'sinin 20 saatten fazla cevabını verdikleri görülmektedir.

Veri Toplama Araçları: Medya Okuryazarlık Düzey Belirleme Ölçeği (Media Literacy Level Determination Scale) Karaman ve Karataş (2009) tarafından geliştirilmiş olup beşli likert tipinde üç boyutlu (bilgi sahibi olma, analiz edebilme ve tepki oluşturabilme, yargılayabilme / örtük mesajları görebilme) ve 17 maddeden oluşan bir ölçektir. Ölçekte tersten puanlandırma olmayıp katılımcıların ölçekteki ifadelerle katılım şiddeti, (1) Hiçbir zaman, (2) Nadiren, (3) Ara sıra, (4) Sıklıkla ve (5) Her Zaman'ı ifade edecek şekildedir. Anket çalışması 01–30 Kasım 2016 tarihleri arasında yapılmıştır.

Kişisel Bilgi Formu: Bu formda katılanların sosyo-demografik ve bazı özelliklerine yönelik (cinsiyet, bölüm, sınıf, öğrenim şekli, gazeteleri takip etme, haftalık TV izleme sıklığı ve haftalık internet kullanma sıklığına ilişkin) sorular bulunmaktadır.

Verilerin Analizi: Verilerin analizinde katılımcıların demografik özelliklerini belirlemek için frekans analizi; cinsiyet, öğrenim şekli ve gazeteleri takip etme değişkenine göre medya okuryazarlık düzeylerinin karşılaştırılmasında bağımsız gruplarda t-testi uygulanmıştır. Bölüm, sınıf, haftalık TV izleme sıklığı ve haftalık internet kullanım sıklığı durumlarına göre medya okuryazarlık düzeylerinin karşılaştırılmasında Tek Yönlü Varyans analizi (ANOVA) ve gruplar arasındaki farkın kaynağını belirlemek için de Tukey testi uygulanmıştır. Elde edilen verilerin çözümlenmesinde, bilgisayar ortamında SPSS 20 istatistik paket programından yararlanılmış ve anlamlılık düzeyi $p < 0,05$ olarak alınmıştır.

BULGULAR

Tablo. 2 Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Medya Okuryazarlık Düzeyleri Farklılıklarının Karşılaştırılması

Alt Boyutlar	Cinsiyet	N	Ort.	Ss.	T	P(sig.)
Bilgi Sahibi Olma	Kadın	90	4,01	,751	-,256	,798
	Erkek	202	3,99	,595		
Analiz Edebilme ve Tepki Oluşturabilme	Kadın	90	3,45	,776	1,239	,477
	Erkek	202	3,57	,688		
Yargılayabilme / Örtük Mesajları Görebilme	Kadın	90	3,65	,882	1,986	,048*
	Erkek	202	3,84	,671		

Tablo 2'den görüldüğü gibi çalışmaya katılanların cinsiyetlerine göre medya okuryazarlık düzeyi alt boyutlarının karşılaştırılmasında; bilgi sahibi olma ($p = ,798$) ile analiz edebilme ve tepki oluşturabilme ($p = ,477$) alt boyutlarında anlamlı farklılığa rastlanmazken; yargılayabilme / örtük mesajları görebilme ($p = ,048$), alt boyutunda anlamlı farklılığa rastlanmıştır. Buna göre; erkek

öğrencilerin, kadın öğrencilere oranla yargılayabilme / örtük mesajları görebilme alt boyutunda daha yüksek medya okuryazarlık düzeyine sahip oldukları tespit edilmiştir.

Tablo. 3 Katılımcıların Öğrenim Şekillerine Göre Müşteri Bağlılık Farklılıklarının Karşılaştırılması

Alt Boyutlar	Öğretim Şekli	N	Ort.	Ss.	T	P(sig.)
Bilgi Sahibi Olma	Örgün	166	3,88	,710	-3,750	,000*
	II. Öğretim	126	4,16	,510		
Analiz Edebilme ve Tepki Oluşturabilme	Örgün	166	3,45	,743	-2,266	,477
	II. Öğretim	126	3,64	,668		
Yargılayabilme / Örtük Mesajları Görebilme	Örgün	166	3,73	,797	-1,268	,206
	II. Öğretim	126	3,85	,671		

*: p<0,05

Tablo 3'den görüldüğü gibi çalışmaya katılanların öğretim şekillerine göre medya okuryazarlık düzeyi alt boyutlarının karşılaştırılmasında; analiz edebilme ve tepki oluşturabilme (p=,477) ile yargılayabilme / örtük mesajları görebilme (p=,206) alt boyutlarında anlamlı farklılığa rastlanmazken; bilgi sahibi olma (p=,000) alt boyutunda anlamlı farklılığa rastlanmıştır. Buna göre; II. öğretimde okuyan öğrencilerinin, örgün öğretimde okuyan öğrencilerine oranla bilgi sahibi olma alt boyutunda daha yüksek medya okuryazarlık düzeyine sahip oldukları tespit edilmiştir. Ayrıca genel ortalamalara bakıldığında; II. öğretimde okuyan öğrencilerin araştırmaya yönelik medya okuryazarlık düzeyi alt boyutlarının puan ortalamasının örgün öğretimde okuyan öğrencilere oranla yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 4. Katılımcıların Bölümlerine İlişkin Medya Okuryazarlık Bağlılık Farklılıklarının Karşılaştırılması

Alt Boyutlar	Bölüm	N	Ort.	Ss	F	P(sig.)	Fark (Tukey)
Bilgi Sahibi Olma	Öğretmenlik	76	3,87	,655	2,748	,043*	2>1
	Spor Yöneticiliği	72	4,17	,546			
	Antrenörlük	68	3,95	,764			
	Rekreasyon	76	4,00	,582			
Analiz Edebilme ve Tepki Oluşturabilme	Öğretmenlik	76	3,53	,694	2,069	,104	
	Spor Yöneticiliği	72	3,69	,649			
	Antrenörlük	68	3,40	,823			
	Rekreasyon	76	3,50	,682			
Yargılayabilme / Örtük Mesajları Görebilme	Öğretmenlik	76	3,75	,762	,149	,930	
	Spor Yöneticiliği	72	3,79	,650			
	Antrenörlük	68	3,77	,816			
	Rekreasyon	76	3,82	,762			

*: p<0,05

Tablo 4'den görüldüğü gibi çalışmaya katılanların bölümlerine göre medya okuryazarlık düzeyi alt boyutlarının karşılaştırılmasında; analiz edebilme ve tepki oluşturabilme ($p=,104$) ile yargılayabilme / örtük mesajları görebilme ($p=,930$) alt boyutlarında anlamlı farklılığa rastlanmazken; bilgi sahibi olma ($p=,043$) alt boyutunda anlamlı farklılığa rastlanmıştır. Farklılığın kaynağını belirlemeye yönelik yapılan çoklu karşılaştırma sonucuna göre farklılığın spor yöneticiliği ile öğretmenlik bölümü öğrencileri arasında olduğu tespit edilmiştir. Buna göre spor yöneticiliği bölümü öğrencilerinin öğretmenlik bölümü öğrencilerine oranla bilgi sahibi olma alt boyutunda daha yüksek medya okuryazarlık düzeyine sahip oldukları tespit edilmiştir.

Tablo 5. Katılımcıların Sınıflarına İlişkin Medya Okuryazarlık Bağlılık Farklılıklarının Karşılaştırılması

Alt Boyutlar	Sınıf	N	Ort.	Ss	F	P(sig.)
Bilgi Sahibi Olma	1. Sınıf	119	4,00	,561	2,335	,074
	2. Sınıf	61	3,91	,808		
	3. Sınıf	55	3,90	,685		
	4. Sınıf	57	4,18	,547		
Analiz Edebilme ve Tepki Oluşturabilme	1. Sınıf	119	3,48	,700	2,498	,060
	2. Sınıf	61	3,40	,823		
	3. Sınıf	55	3,60	,634		
	4. Sınıf	57	3,73	,676		
Yargılayabilme / Örtük Mesajları Görebilme	1. Sınıf	119	3,81	,776	,154	,927
	2. Sınıf	61	3,74	,847		
	3. Sınıf	55	3,77	,670		
	4. Sınıf	57	3,78	,646		

Tablo 5'den görüldüğü gibi çalışmaya katılanların sınıflarına göre medya okuryazarlık düzeyi alt boyutlarının karşılaştırılmasında; bilgi sahibi olma ($p=,074$), analiz edebilme ve tepki oluşturabilme ($p=,060$) ve yargılayabilme / örtük mesajları görebilme ($p=,927$) alt boyutlarında anlamlı farklılığa rastlanmamıştır.

Tablo. 6 Katılımcıların Medyayı Kullanma Durumlarına Göre Medya Okuryazarlık Farklılıklarının Karşılaştırılması

Alt Boyutlar	Gazeteleri Takip Etme	N	Ort.	Ss.	T	P(sig.)
Bilgi Sahibi Olma	Evet	98	4,00	,667	-,055	,956
	Hayır	194	4,00	,636		
Analiz Edebilme ve Tepki Oluşturabilme	Evet	98	3,57	,685	,725	,409
	Hayır	194	3,51	,733		
Yargılayabilme / Örtük Mesajları Görebilme	Evet	98	3,79	,720	,134	,761
	Hayır	194	3,78	,761		
	Tv İzleme Sıklığı	N	Ort.	Ss.	F	P(sig.)

		N	Ort.	Ss.	F	P(sig.)
Bilgi Sahibi Olma	1 saatten az	151	4,03	,616	1,661	,159
	1-5 saat	102	4,04	,568		
	6-10 saat	22	3,76	,862		
	11-20 saat	10	3,68	1,045		
	21 saat ve üzeri	7	3,85	,773		
Analiz Edebilme ve Tepki Oluşturabilme	1 saatten az	151	3,50	,743	,884	,474
	1-5 saat	102	3,54	,699		
	6-10 saat	22	3,50	,709		
	11-20 saat	10	3,65	,668		
	21 saat ve üzeri	7	4,00	,384		
Yargılayabilme / Örtük Mesajları Görebilme	1 saatten az	151	3,76	,786	,191	,943
	1-5 saat	102	3,80	,742		
	6-10 saat	22	3,72	,607		
	11-20 saat	10	3,92	,486		
	21 saat ve üzeri	7	3,89	,748		
İnternet Kullanım Sıklığı		N	Ort.	Ss.	F	P(sig.)
Bilgi Sahibi Olma	1 saatten az	7	3,75	1,271	,720	,579
	1-5 saat	48	3,92	,737		
	6-10 saat	68	3,99	,618		
	11-20 saat	59	3,98	,575		
	21 saat ve üzeri	110	4,06	,606		
Analiz Edebilme ve Tepki Oluşturabilme	1 saatten az	7	3,54	,896	,419	,795
	1-5 saat	48	3,46	,853		
	6-10 saat	68	3,58	,622		
	11-20 saat	59	3,46	,703		
	21 saat ve üzeri	110	3,57	,710		
Yargılayabilme / Örtük Mesajları Görebilme	1 saatten az	7	4,03	,566	,464	,762
	1-5 saat	48	3,72	,887		
	6-10 saat	68	3,86	,665		
	11-20 saat	59	3,76	,650		
	21 saat ve üzeri	110	3,76	,790		

Tablo 6'dan görüldüğü gibi çalışmaya katılanların medyayı kullanma durumlarına göre medya okuryazarlık farklılıklarının karşılaştırılmasında; gazeteleri takip etme, haftalık TV izleme sıklığı ve haftalık internet kullanma sıklığı değişkenlerinde gruplar arasında anlamlı farklılıklar tespit edilememiştir.

Tablo 7. Katılımcıların Medya Okuryazarlık Düzeyi Ölçeğinin Alt Boyutundan Aldıkları Puanlara Ait Ortalamalar

Alt Boyutlar	N	Min.	Mak.	Ortalama	Ss.
Bilgi Sahibi Olma	292	1	5	4,00	,645
Analiz Edebilme ve Tepki Oluşturabilme	292	1	5	3,53	,717
Yargılayabilme / Örtük Mesajları Görebilme	292	1	5	3,78	,746

Tablo 7'den görüldüğü gibi; spor bilimleri fakültesinden öğrenim gören öğrencilerin medya okuryazarlık ölçeğinden, bilgi sahibi olma alt boyutunda ($\bar{X}=4,00\pm,645$), analiz edebilme ve tepki oluşturabilme alt boyutunda ($\bar{X}=3,53\pm,717$) ve yargılayabilme / örtük mesajları görebilme alt boyutunda ($\bar{X}=3,78\pm,746$) ortalamalara sahip oldukları görülmektedir. Öğrencilerin en yüksek medya okuryazarlık düzeylerinin "bilgi sahibi olmak" faktöründe olduğu, diğer taraftan en düşük ise "analiz edebilme ve tepki oluşturabilme" faktöründe olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca spor bilimleri fakültesinden öğrenim gören öğrencilerin "medya okuryazarlık düzeyi ölçeği" alt boyutları puan ortalamalarının orta düzeyin üzerinde olduğu söylenebilir.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Spor Bilimleri Fakültesi öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeylerini belirlemeye yönelik yapmış olduğumuz çalışmamızda ulaşılan sonuçlar ve diğer çalışmalarla ilişkileri aşağıda sunulmuştur.

Öğrencilerin medyayı kullanma sıklıklarına ilişkin çeşitli sorular sorulmuş ve şu sonuçlar elde edilmiştir: Öğrenciler gazeteleri takip etmeye yönelik sormuş olduğumuz soruya; 98 kişi ile % 33,6'sının evet, 194 kişi ile % 66,4'ünün hayır cevabını vermişlerdir. Haftalık TV izleme sıklığına yönelik sormuş olduğumuz soruya en yüksek 151 kişi ile % 51,7'sinin "1 saatten az", en düşük ise 7 kişi ile % 2,4'ünün "20 saatten fazla" cevabını vermişlerdir. Ayrıca öğrencilere haftalık internet kullanma sıklığı sorusu sorulduğunda, en yüksek 110 kişi ile % 37,7'sinin "20 saatten fazla", en düşük ise 7 kişi ile % 2,4'ünün "1 saatten az" cevabını vermişlerdir. Bu sonuçlara göre geleneksel kitle iletişim araçları olan televizyon ve gazeteyi takip etme sıklıklarının oldukça az olduğunu buna karşılık yeni iletişim teknolojileri kapsamında olan internet kullanım sıklığının oldukça yüksek olduğu görülmüştür. Günümüz bireyleri bilgiye ulaşma, sosyal medyayı takip, eğlence, spor ve haber edinme gibi ihtiyaçlarını internet üzerinden karşılarken, geleneksel kitle araçlarının kullanım alanı oldukça azalmıştır.

Çalışmaya katılanların cinsiyetlerine göre medya okuryazarlık düzeyi alt boyutlarının karşılaştırılmasında erkek öğrencilerin, kadın öğrencilere oranla yargılayabilme / örtük mesajları görebilme alt boyutunda daha yüksek medya okuryazarlık düzeyine sahip oldukları tespit edilmiştir. Alan yazındaki çalışmalara bakıldığında; Karaman (2016), öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeyleri üzerine yapmış olduğu çalışmasında erkek öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzey ortalamalarının, kadın öğretmen adaylarının ortalamasından daha yüksek olduğu sonucunu bulmuştur. Bu bulgu çalışmamızı destekler niteliktedir. Aslan ve Basel (2017), yapmış oldukları çalışmada, medya okuryazarlık düzeyinin cinsiyet değişkenine göre farklılık gösterdiği ve kadın öğrencilerde daha yüksek olduğu sonucunu elde etmişlerdir. Saçan ve Adıbelli (2016), üniversite öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeylerini belirlemeye yönelik yapmış oldukları çalışmada cinsiyete göre medya okuryazarlık düzeylerinde bilgi sahibi olma alt boyutunda kadın öğrencilerin lehine olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Yapılan çeşitli araştırmalarda cinsiyet değişkeninin farklılaşmadığı sonucunun elde edildiği çalışmalar da mevcuttur. Çepni ve ark., (2015) Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarının medya ve televizyon okuryazarlık düzeylerinin incelendiği çalışmada, okuryazarlık düzeylerinin cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir biçimde değişmediği belirlenmiştir. Kurt ve Som (2012), çalışmasında medya okuryazarlık puanları ile cinsiyetleri arasında anlamlı bir fark tespit edememiştir. Bu çalışmaların elde ettiğimiz bulgular ile çeliştiği görülmektedir.

Çalışmaya katılanların öğrenim şekillerine göre medya okuryazarlık düzeyi alt boyutlarının karşılaştırılmasında; analiz edebilme ve tepki oluşturabilme ile yargılayabilme / örtük mesajları görebilme alt boyutlarında anlamlı farklılığa rastlanmazken; bilgi sahibi olma alt boyutunda anlamlı farklılığa rastlanmıştır. Ayrıca II. öğretimde eğitim gören öğrencilerin, araştırmaya yönelik medya okuryazarlık düzeyi alt boyutlarının puan ortalamalarının örgün öğretimde okuyan öğrencilere oranla yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Çalışmaya katılanların bölümlerine göre medya okuryazarlık düzeyi alt boyutlarının karşılaştırılmasında; "bilgi sahibi olma" alt boyutunda anlamlı farklılığa rastlanmıştır ve farklılığın spor yöneticiliği ile öğretmenlik bölümü öğrencileri arasında olduğu ve spor yöneticiliği bölümü öğrencilerinin lehine olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuç spor yöneticiliği bölümü öğrencilerinin kitle iletişim araçlarında yer alan mesajların, politik, ekonomik ve sosyal önceliklerinin farkında olduklarını ve kitle iletişim araçlarının etkisi konusunda yeterliliğe sahip olduklarını göstermektedir. Çalışmaya katılanların sınıflarına göre medya okuryazarlık düzeyi alt boyutlarının karşılaştırılmasında; bilgi sahibi olma, analiz edebilme ve tepki oluşturabilme ve yargılayabilme / örtük mesajları görebilme alt boyutlarında anlamlı farklılığa rastlanmamıştır. Karaman (2016), çalışmasında; Medya okuryazarlık düzeyinin sınıf değişkenine göre anlamlı farklılık tespit edememiştir. Som ve Kurt (2012) ise; çalışmalarında öğrencilerin sınıf düzeyleri ile medya okuryazarlık düzeyleri arasında anlamlı bir fark olduğu sonucuna ulaşmış ve sınıf düzeyi arttıkça medya okuryazarlığının da arttığı sonucuna ulaşmışlardır.

Medyayı kullanma durumlarına göre medya okuryazarlık farklılıklarının karşılaştırılmasında; gazeteleri takip etme, haftalık TV izleme sıklığı ve haftalık internet kullanma sıklığı değişkenlerinde gruplar arasında anlamlı farklılıklar tespit edilememiştir. Karaman ve Karataş (2009), yapmış oldukları çalışmada, her 3 değişken içinde gruplar arası anlamlı farklılık tespit etmiş ve bu farklılıklarının sırayla; gazeteleri takip eden bireyler, haftada 10-20 saat TV izleme ve haftada 20 saatten fazla internet kullananların lehine olduğunu tespit etmiştir.

Son olarak spor bilimleri fakültesinden öğrenim gören öğrencilerin en yüksek medya okuryazarlık düzeylerinin "bilgi sahibi olmak" faktöründe olduğu, en düşük ise "analiz edebilme ve tepki oluşturabilme" faktöründe olduğu ortaya çıkmıştır. Genel ortalamalara bakıldığında ise; "medya okuryazarlık düzeyi ölçeği" alt boyutları puan ortalamalarının orta düzeyin üzerinde olduğu söylenebilir. Bu çalışmanın sonucunda medya okuryazarlığı farkındalığının yeteri kadar yaygın olmadığı saptanmıştır.

Öncelikli olarak öğrencilerin medya iletişim araçlarındaki bilgileri ve mesajları doğru ve etkili kullanabilmeleri için medya okuryazarlığını bilmeleri gerekmektedir. Aynı zamanda toplumdaki bireylerin medya okuryazarlık düzeylerinin gelişimi adına ilgili kuruluşlar tarafından çalışmalar yapılabilir. Sonuç olarak eğitim kurumlarının ana görevi öğrencileri yaşama hazırlamak ve topluma yararlı bireyler yetiştirmektir. Ayrıca, kitle iletişim araçlarının teknik açıdan nasıl kullanılacağı konusunda bilgilendirmenin yanı sıra öğrencilere, medya içeriklerinin belirlenmesinde, değerlendirilmesinde gerekli olan bilinçlilik düzeyinin kazandırılması gerekmektedir. Bu bağlamda medya okuryazarlığının üniversite ders müfredatlarına dâhil edilmesi her geçen gün daha da önem kazanmaktadır.

KAYNAKLAR

- Aslan A., Basel A.T. (2017). Eğitim fakültesi öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeyleri (İzmir örnekleme). *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 25(4), 1353-1372.
- Çepni O., Palaz T., Ablak S. (2015). Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının medya ve televizyon okuryazarlık düzeylerinin çeşitli değişkenlere göre incelenmesi. *Turkish Studies, International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 10/11, 431-446.
- Gutierrez A., Tyner K. (2012). Media education, media literacy and competence. *Scientific Journal of Media Education*, ISSN: 1134-347, 31-39.
- Hasdemir A.T. (2012). Gelenekselden yeni medya okuryazarlığına: Türkiye örneğinde bir değerlendirme. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 5(2), 23-40.
- İnceoğlu Y. (2016). Medyayı Doğru Okumak. (Edt. Melda Cinman Şimşek-Nurçay Türkoğlu), Medya Okuryazarlığı, İstanbul: Pales Yayınları.
- Jenkins H. (2006). Confronting the challenges of participatory culture: Media education of the 21st century. <http://www.nwp.org/cs/public/print/resource/2713> Erişim Tarihi: 06.02.2018
- Juneau D. (2014). Introduction to Media Literacy / Distributed by the Montana Office of Public Instruction. ErişimAdresi:<https://www.youthconnectionscoalition.org> Erişim Tarihi: 09.01.2018.
- Karaman M.K. (2016). Öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeyleri ve eleştirel düşünme eğilimleri üzerine bir araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 4(1), 326-350.
- Karaman M.K., Karataş A. (2009). Media literacy levels of the candidate teachers. *Elementary Education Online*, 8(3), 798-808.
- Kelner D. (2014). Yeni Medya ve Yeni Okuryazarlık: Yeni Binyılda Eğitimin Yeniden Yapılandırılması, (Edt. Mukadder Çakır), Yeni Medyaya Eleştirel Yaklaşımlar, İstanbul: Doğu Kitabevi.
- Kotilainen S., Granlund A. (2010). Media Literacy Education: Nordic Perspectives. *Nordicom*, Göteborg, 8, 188. <https://www.researchgate.net/publication/312260970> Erişim Tarihi: 04.03.2018
- Kuiper E., Volman M., Terwel J. (2009). Developing web literacy in collaborative inquiry activities. *Computers and Education*, 52, 668-680.
- Kutoğlu Ü. (2016). Medya Okuryazarlığı ve Çocuk Eğitimi. (Editör: Melda Cinman Şimşek-Nurçay Türkoğlu), Medya Okuryazarlığı, İstanbul: Pales Yayınları.
- Livingstone S. (2004). What is media literacy?. London School of Economics and Political Science Research Online, Erişim Adresi: <https://www.researchgate.net/publication/30521219>. Erişim Tarihi 09.02.2018.
- Özad B.E. (2016). Medya Okuryazarlığı ve Yetişkinlerin Öğrenmesi. (Editör: Melda Cinman Şimşek-Nurçay Türkoğlu), Medya Okuryazarlığı, İstanbul: Pales Yayınları.
- Saçan S., Adıbelli D. (2016). Üniversite öğrencilerinin medya okur-yazarlık düzeylerinin bazı faktörler ile ilişkisi. *Global Media Journal TR Edition*, 6(12), 27-43.
- Som S., Kurt A.A. (2012). Bilgisayar ve öğretim teknolojileri eğitimi bölümü öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeyleri. *Anadolu Journal of Educational Sciences International*, 2(1), 104-119.
- Uysal M. (2016). Eleştirel Medya Okuryazarlığı. (Editör: Elif Küçük Durur). Medya Okuryazarlığı, Ankara: Siyasal Kitabevi.

Why is media literacy important? https://europa.eu/youth/mk/article/54/46752_en Erişim Tarihi: 01.02.2018