

Makale Bilgisi/Article Info

Geliş/Received: 05.11.2020 Kabul/Accepted: 06.01.2021

Araştırma Makalesi/Research Article, s./pp. 217-232

DİJİTAL ÇAĞDA X, Y, Z KUŞAKLARININ MEDYA OKURYAZARLIK DÜZEYLERİNİN FARKLI DEĞİŞKENLERE GÖRE İNCELENMESİ: BALIKESİR ÖRNEĞİ

Nagehan ÖZERⁱ, Sudem ÇELİKⁱⁱ, N. Sibel ÖZATLIⁱⁱⁱ

Öz

Dijital çağ olarak nitelendirilen günümüzde, çok farklı çeşitlilik gösteren mesajlara ulaşma, bunları çözümüleme, değerlendirme ve iletme yeteneği olarak tanımlanan medya okuryazarlığının 21. yüzyıl bireyinden beklenen becerilerden birisi olduğunu söylemek mümkündür. Bu araştırmanın amacı, Balıkesir’de yaşayan X, Y ve Z kuşağı bireylerin “Medya Okuryazarlık” düzeylerinin belirlenmesidir. Ayrıca katılımcıların medya okuryazarlık düzeylerini cinsiyet, kuşak, öğretim düzeyi, meslek, okudukları okul türü, yaşadıkları ilçe gibi değişkenlerin ne düzeyde açıkladığını da incelemektir. Araştırma genel tarama modeli kullanılarak yürütülmüştür. Örneklem grubunu, araştırmamıza katılmayı kabul eden 314 ortaöğretim öğrencisi ve 168 yetişkin birey oluşturmaktadır. Araştırmada “Medya Okuryazarlık Düzey Belirleme Ölçeği (MODBÖ)” kullanılmıştır. Verilerin analizinde frekans, yüzde, ortalama, standart sapma, t-testi ve ANOVA testi kullanılmıştır. Çalışma sonucunda, X ve Y kuşaklarında öğrenim durumu ve yaşadıkları ilçe değişkenlerine göre anlamlı fark olduğu tespit edilmiştir. Z kuşağı ile ilgili analizlerde cinsiyet ve okul türü değişkenleri açısından anlamlı fark olduğu tespit edilmiştir. X, Y, Z kuşaklarında cinsiyet değişkeni açısından fark görülmemekle birlikte kuşaklar arası ve yaşadığı ilçe değişkeninde anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir. Sonuçlarımızın toplumun gelişimine katkı sağlayacak bireylerin beklenen sosyal becerileri kazanmasına yönelik çalışmaların planlanmasına ışık tutacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Medya Okuryazarlığı, Medya, X Kuşağı, Y Kuşağı, Z Kuşağı.

The Investigation of Media Literacy Levels of Digital Age X, Y, Z Generations By Different Variables: Example Of Balıkesir

Abstract

In today’s world which is defined as the digital age, it is possible to say that media literacy, which is defined as the ability to access, analyze, evaluate and transmit messages of many types, is one of the skills expected from the 21st century individual. The aim of this research is to determine the “Media Literacy” levels of X, Y and Z generations living in Balıkesir. It is also to examine the level of variables that explain the media literacy levels of the participants such as gender, generation, education level, profession, the type of school they study, the district they live in. The research was carried out using the general screening model. The sample group consists of, including 314 secondary school students and 168 adult individuals, which agreed to participate in our research. In the research, “Media Literacy Leveling Scale (MLLS)” was used to measure media literacy levels. Frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test and ANOVA were used in the analysis of the data. As a result of the study, it was determined that there is a significant difference in the X and Y generations according to the educational situation and the district variables they live in. In the Z-generation analysis, a significant

ⁱŞehit Turgut Solak Fen Lisesi, ozr_nghn@hotmail.com, ORCID ID:0000-0002-2027-6309

ⁱⁱ Şehit Turgut Solak Fen Lisesi, sudemcelik10@gmail.com, ORCID ID:0000-0001-5584-0064

ⁱⁱⁱDoktor, Şehit Turgut Solak Fen Lisesi, nozatli@hotmail.com, ORCID ID: 0000-0001-9652-1780

difference was found in terms of gender and school type variables. Although there is no difference in terms of the gender variable in the X, Y, Z generations, there is a significant difference in the intergenerational and district districts. It is thought that our research results will shed light on the planning of the studies aiming to gain the expected social skills of the individuals who will contribute to the development of the society.

Keywords: Media Literacy, Media, Generation X, Generation Y, Generation Z.

Giriş

“Çocuklarımızı ve gençlerimizi; güçlü resimlerin, sözcüklerin ve seslerin etkili olduğu bir dünyada yaşayabilmeleri için hazırlamak zorundayız.” Unesco, 1982.

Günümüzde teknolojinin hızla gelişmesi kitle iletişim araçlarının kullanımı ve işlevlerini de hızla değiştirip çeşitlendirmiştir. Bu değişime uyum sağlamak, yararlı taraflarını kullanıp zararlı etkilerinin bilincinde olmak giderek önem kazanmaya başlamıştır. Bireylerin bilgi kirliliğinin de olduğu dijital ortamlardan, doğru ve güvenilir bilgilere ulaşmak, değerlendirmek için yeni yetenekler geliştirmeleri kaçınılmazdır.

Türk Dil Kurumu sözlüğüne göre medya; iletişim ortamı, iletişim araçları anlamına gelmektedir (TDK, 2019). Yaygın kullanımıyla medyayı kitle iletişim araçları (radyo, televizyon, gazete, dergi ve internet) olarak tanımlamak mümkündür. 21. yüzyıl “iletişim çağı” olarak adlandırılmaktadır. Bunun nedeni birçok kitle iletişim aracının bu yüzyılda kullanımının yaygınlaşması olarak gözükmektedir. 80’li yıllarla birlikte kitle iletişim araçları hızlı bir şekilde yayılmışlardır.

İnsan yaşamı üzerinde oldukça büyük rolleri olan medya; insanların bilgi edinme, haber izleme, eğlenme, hoş vakit geçirme, alışveriş yapma, boş zamanlarını değerlendirme vb. birçok ihtiyacını karşılayan kapsamlı bir ağıdır. Bu ağ, geçmişten günümüze daha da büyümekte ve karmaşık bir yapıya bürünmektedir. Teknolojinin hızla gelişmesi, medyayı birçok yönde etkileyerek özellikle medyanın gücünü daha da arttırmaktadır. Medya, insanların ihtiyaçlarını karşılarken diğer taraftan bu ihtiyaçlar üzerinde belirleyici bir etkiye sahip olmaya başlamıştır. Böylece medyanın bu güçlü ve baskın etkisi ile medya tarafından sunulan yazılı, görsel ve işitsel iletilere karşı pasif ve sadece alıcı konumunda yeni bireyler oluşmuştur. Bu nedenle bireylerin medya ürünleri karşısındaki bu pasiflikten çıkıp aktif konuma yerleşmeleri için medya okuryazarlığı bakımından bilinçlendirilmeleri ve etkin konuma geçmeleri gerekmektedir (Barut, 2018).

Medya okuryazarlığı okul müfredatlarına, 1980’lerde Amerika Birleşik Devletleri’nin bazı eyaletlerinde özellikle çocuk ve gençleri medyanın etkilerinden koruyup daha bilinçli bireyler olmalarına yardımcı olmak için girmiştir (Can, 1996). Avrupa Bilgi Topluluğu (Europe’s Information Society, 2007) medya okuryazarlığını “Tüm medyada kolayca iletişim sağlayabilmeye birlikte günlük yaşantıdaki görüntü, söz ve seslere erişme, onları çözümleme ve değerlendirme yeteneği.” olarak tanımlamaktadır (Kurt ve Kürüm, 2010).

Yapılan birçok araştırmaya göre, medyanın etkisi çocuk yaşlarda başlayıp ileriki dönemlerde olumlu veya olumsuz bir şekilde karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenle medya okuryazarlığı yetisinin küçük yaşlardan itibaren kazandırılması önem teşkil etmektedir. Küçük yaşta medya okuryazarı yetisi kazanılmasında katkı sağlayabilecek iki önemli kanal olarak ebeveynler ve okullar karşımıza çıkmaktadır (RTÜK, 2016). Bu nedenle medya okuryazarlığında eğitimin de önemli bir yeri vardır. Çünkü medya okuryazarlığı tüm bireylerin eleştirel düşüncelerini sağlayarak onlara yeni öğrenme yolları sunar. Medya, okul-gerçek hayat-eğitmciler ile diğer insanlar arasında gerçek ilişkilerin kurulmasını sağlamaktadır. Günümüzde öğrenciler medyanın etkin olduğu ortamlarda büyümektedirler. Medyanın öğrenciler üzerindeki yararlı etkisini artırmak, zararlı etkisini azaltmak için eğitimci ve ailelerin yönlendirmeleri, onlara örnek olmaları gerekmektedir (Karaman, 2016).

Dünyanın gelişmiş ülkelerinde medya eğitimi ya da medya okuryazarlığı çeşitli seviyelerde okullarda ders olarak okutulmaktadır. Bu dersler İngiltere, Fransa, ABD vb. gibi ülkelerde doğrudan öğretim programlarında yer almakta; Kanada'da ise öğretim programındaki ilgili dersler içinde (sanat, dil bilgisi, edebiyat, vatandaşlık, vb.) okutulmaktadır (Som ve Kurt, 2012).

Türkiye'de ise medya okuryazarlığının diğer ülkelere göre gecikmeli olarak gündeme geldiği görülmektedir. RTÜK ve Milli Eğitim Bakanlığı (MEB) arasında 22 Ağustos 2006 tarihinde imzalanan işbirliği protokolüne göre, 2007-2008 öğretim yılından itibaren Türkiye'nin 81 il genelinde ilköğretim okullarında 6, 7 ya da 8. sınıfların birinde okutulmak üzere seçmeli ders olarak programa girmiştir (RTÜK, 2007). İlköğretimde ders olarak okutulmaya başlanmasıyla medya okuryazarlığı ile ilgili çalışmalar hız kazanmış, çeşitli tartışmalara ve değerlendirmelere de öncülük etmiştir.

Alanyazındaki çalışmalar temel alındığında Türkiye'de medya okuryazarlığı çalışmalarının daha çok ilköğretim düzeyinde yoğunlaştığı diğer düzeylerde yeterli çalışmanın yapılmadığı söylenebilir. Medya okuryazarlığı, küçük yaşlardan başlayıp yaşam boyu devam eden bir süreç olduğu için geleceğin şekillenmesinde büyük role sahip olan her yaş grubundaki bireyler açısından farkındalığın oluşmasında önem taşımaktadır.

Alanyazın çalışmalarında konunun bu açıdan araştırılmamış olması nedeniyle araştırmanın, sosyolojik açıdan farklı kuşaklardaki bireylerin medya okuryazarlık düzeyini belirlenmesi ile bundan sonraki çalışmalara ışık tutacağı, önemli bir boşluğu dolduracağı düşünülmektedir.

Araştırmanın Problemi

Araştırmanın problem cümlesi şöyledir: Balıkesir ilinde yaşayan X, Y ve Z kuşaklarındaki bireylerin medya okuryazarlık düzeyini belirleyen, 1. boyut: Farkında olma, bilgi sahibi olma; 2. boyut: Analiz edebilme, tepki oluşturabilme; 3. boyut: Yargılayabilme, örtük mesajları, gizli niyetleri görebilme alt boyutları incelendiğinde belirlenen bağımsız değişkenlere göre farklılaşma ve farklılaşmama durumu nasıldır?

Araştırma problemi doğrultusunda şu alt problemlere cevap bulunması amaçlanmıştır:

1. X, Y kuşaklarındaki bireylerin medya okuryazarlık ölçeğinin alt boyutları (farkında olma, bilgi sahibi olma; analiz edebilme, tepki oluşturabilme ve yargılayabilme, örtük mesajları, gizli niyetleri görebilme) ile *cinsiyet, öğrenim durumu, meslek ve yaşadığı ilçe* değişkenleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark var mıdır?
2. Z kuşağı bireylerinin medya okuryazarlık ölçeğinin alt boyutları (farkında olma, bilgi sahibi olma; analiz edebilme, tepki oluşturabilme ve yargılayabilme, örtük mesajları, gizli niyetleri görebilme) ile *cinsiyet, okul türü ve yaşadığı ilçe* değişkenleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark var mıdır?
3. X, Y ve Z kuşaklarındaki bireylerin medya okuryazarlık ölçeğinin alt boyut (farkında olma, bilgi sahibi olma; analiz edebilme, tepki oluşturabilme ve yargılayabilme, örtük mesajları, gizli niyetleri görebilme) puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark var mıdır?

Tanımlar

Medya: Yazılı, sesli ya da görsel tüm kitle iletişim araçları, basın yayın ve iletişim ortamı (Akarsu, 1998).

Okuryazarlık: Okuma, yazma ve rakamsal bilgileri kullanabilme becerisi. Çevremizdekileri anlamlandırabilme ve kendi anlamlarımızı oluşturmak açısından farklı sembolik sistemleri kullanabilme, bu sistemleri birleştirebilme ve bunlardan yeni anlamlar ortaya koyabilme bilgi ve becerilerine sahip olmak (Altun, 2005).

Medya Okuryazarlığı: Medya okuryazarlığı, kısaca kitle iletişim araçları yoluyla elde edinilen mesajları çözümleme, değerlendirme ve iletme yeteneği olarak tanımlanabilir (Tübitak, 2019).

Kuşak: Aşağı yukarı benzer yıllarda doğmuş olup aynı çağın koşullarını sahip olan, dolayısıyla birbirine benzer sıkıntıları, yazgıları yaşamış, benzer ödevlerle yükümlü olmuş kişiler topluluğu olarak tanımlamaktadır (Akarsu, 1998).

X Kuşağı: 1965 ile 1979 yılları arasına doğan bireylerden oluşmaktadır (Şalap, 2016).

Y Kuşağı: 1980 ve 1995 yılları arasında doğan bireyleri kapsamaktadır (Şalap, 2016).

Z Kuşağı: Bazı kaynaklar içerisinde 1996 ve 1997 senelerini kapsasa dahi güncel kaynaklara göre 2000 senesinden sonra dünyaya gelen kişilerin oluşturmuş olduğu nesle Z kuşağı denmektedir (Erdoğan,2019).

Yöntem

Araştırma Modeli

Araştırma betimsel nitelikte olduğu için tarama modeli kullanılmıştır. Tarama (survey) araştırması bir grubun belirli özelliklerini belirlemek için verilerin toplanmasını amaçlayan

çalışmalardır (Büyüköztürk ve diğerleri, 2009). Karasar'a (2009) göre tarama modelleri geçmişte ya da halen var olan bir durumu var olduğu şekliyle betimlemeyi amaçlayan araştırma yaklaşımlarıdır. Araştırmaya konu olan olay, birey ya da nesne, kendi koşulları içinde ve olduğu gibi tanımlanmaya çalışılır. Onları, herhangi bir şekilde değiştirme, etkileme çabası gösterilmez.

Bu araştırmada, Balıkesir ilinde yaşayan X, Y ve Z kuşaklarındaki bireylerin medya okuryazarlık ölçeğinin hem genelinin hem de alt boyut (farkında olma, bilgi sahibi olma; analiz edebilme, tepki oluşturabilme ve yargılayabilme, örtük mesajları, gizli niyetleri görebilme) puanlarının; cinsiyet, yaş, öğrenim durumu, meslek durumu, okuduğu okul türü ve yaşadığı ilçe değişkenlerine göre farklılık gösterip göstermediği ile ilgili olarak örneklem grubu hakkında bilgi toplanmış ve var olan durum ortaya konmaya çalışılmıştır.

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Balıkesir'de yaşayan X, Y ve Z kuşaklarındaki bireylerin tümü oluşturmaktadır. Araştırma evreninin büyüklüğü ve bu evrene ulaşmada zaman-maliyet tasarrufu sağlama nedenlerinden dolayı örneklem alınması yoluna gidilmiştir. Rastgele seçim yöntemi; Creswell (Aktaran: Baltacı, 2018), "Evrendeki her bireyin seçilme şansının birbirine eşit olduğu, araştırma için objektif sonuçların elde edilip seçilen örneklemin evrene genelleme imkânı verdiği bir yöntemdir." şeklinde tanımlamıştır. Rastgele seçilen ve araştırmamızda yer almaya gönüllü olan X, Y kuşaklarından 170 yetişkin birey, 2019-2020 eğitim-öğretim yılında öğrenim görmekte olan Z kuşağından 314 ortaöğretim öğrencisi araştırmamızın örneklem grubunu oluşturmaktadır.

Araştırma kapsamında ulaşılan 484 katılımcıyla ilgili elde edilen bilgiler Tablo 1'de gösterilmiştir:

Kuşak	Kız	Erkek	Toplam
X	61	34	95
Y	55	20	75
Z	191	123	314
Toplam	307	177	484

Veri Toplama Aracı

Anket tekniği ile 484 katılımcıdan veri toplanmıştır. Toplanan anketlerden 2 tanesi yönergeye uygun olarak doldurulmadığından analizler 482 anket üzerinde yapılmıştır. Araştırma için gerekli verilerin elde edilmesinde ilk olarak alanda daha önce yapılmış çalışmaların incelenmesi amacıyla alanyazın taraması yapılmış ve çalışma kapsamında gerekli kaynak kitaplara ulaşılmıştır.

Alanyazın taraması yapıldıktan sonra amaca uygun ölçek tespit edilip ölçeği geliştiren yazardan mail üzerinden kullanma izni alınarak uygulamalara başlanmıştır. Karataş (2008) tarafından geliştirilen "Medya Okuryazarlık Düzey Belirleme Ölçeği" 5'li Likert tipinde olup toplam 17 madde ve 2 bölümden oluşmaktadır. I. bölümde Sosyo-Demografik içerikli ifadeler,

II. bölümde ise Medya Okuryazarlığı'nı içeren ifadeler bulunmaktadır. I. bölümde katılımcıların kuşak farkı gözetilerek cinsiyet, yaş, öğrenim türü, meslek türü, okul türü, yaşadıkları ilçeye ilişkin sorular sorulmuştur. Kuşak farkı gözetilmeksizin II. bölümde medya okuryazarlığına ilişkin ifadeler yer almaktadır. Bu bölümde 5'li Likert tipi derecelendirme kullanılmıştır. Katılımcılardan bu bölümdeki her bir ifadeye "Hiçbir zaman", "Nadiren", "Ara sıra", "Sıklıkla" ve "Her zaman" seçeneklerinden kendilerini en iyi yansıtan seçeneği işaretlemeleri istenmiştir. Elde edilen veriler sayısallaştırılarak bilgisayar ortamına aktarılmıştır. Ölçeğin Cronbach Alpha güvenilirlik katsayısı .84'tür.

Yüz yüze görüşme tekniğiyle ölçek formları katılımcılara birebir uygulanarak anlaşılmayan sorular açıklanmış ve doldurulan ölçekler anında toplanmıştır. Araştırmaya katılanların, ölçeği objektif bir şekilde cevaplamalarını sağlamak için ölçek formlarında ad ve soyadı belirtilmemesi istenmiştir.

Verilerin Analizi

Veriler analiz edilirken örneklem büyüklüğü 482 olduğu için normallik sınamalarında *Kolmogorov Smirnov* testi kullanılmıştır (Büyüköztürk, 2011 s. 161). Veriler normal dağılım gösterdiği için parametrik testler kullanılmıştır. Balıkesir ilinde yaşayan X, Y ve Z kuşakları bireylerinin medya okuryazarlık düzeyi ile *cinsiyet, yaş, öğrenim durumu, meslek durumu, okuduğu okul türü ve yaşadığı ilçe* değişkenlerine göre anlamlı bir ilişkinin olup olmadığını ortaya koymak amacıyla da *ANOVA ve t-testleri* yapılmıştır. Yapılan analizlerde anlamlılık düzeyi .05 olarak kabul edilmiştir. Araştırmada istatistiksel analizler SPSS 24 (Statistical Package for Social Science for Personal Computers) programı kullanılarak yapılmıştır.

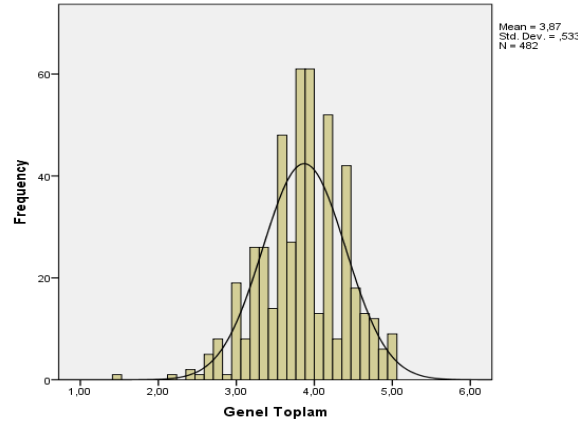
Bulgular

Araştırmada yer alan katılımcıların medya okuryazarlıklarının hangi düzeyde olduğunu belirlemek amacıyla yapılan tanımlayıcı istatistiklerden elde edilen değerler Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2. Örneklem grubunun medya okuryazarlık puanlarına ilişkin betimsel istatistikler					
	N	En Düşük	En Yüksek	\bar{X}	SS
Medya Okuryazarlık Puanları	482	1.47	5	3.87	.533

Katılımcıların medya okuryazarlık puanları incelendiğinde en düşük puanın 1.47, en yüksek puanın 5 olduğu bulunurken, ortalamaları $\bar{X}=3.87$ bulunmuştur. Bu da katılımcıların medya okuryazarlıklarının ortanın biraz üzerinde olduğunu göstermektedir.

Araştırmanın diğer sorularına cevap aramadan önce veri setinin parametrik testlerin ön koşullarını sağlayıp sağlamadıkları test edilmiştir. Bu bağlamda verilerin basıklığı .497, çarpıklığı -.311 olarak hesaplanmıştır. Verilerin normal dağıldıklarına ilişkin grafikler Şekil 1'de yer almaktadır.



Şekil 1. Veri setinin dağılımına ilişkin grafikler

Veri toplama aracının ikinci bölümünü oluşturan “Medya Okuryazarlık Düzey Belirleme Ölçeği” maddelerine ilişkin betimsel istatistikler Tablo 3’te verilmiştir.

Tablo 3. X, Y, Z kuşaklarının medya okuryazarlık düzeylerinin ortalama puanları

Medya Okuryazarlığına Yönelik İfadeler	X	Y	Z	\bar{X}
1) Kitle iletişim araçlarının aktardığı örtük (geri planda kalan) mesajların farkına varırım.	3.54	3.61	3.39	3.45
2) Kitle iletişim araçlarında yer alan mesajların doğruluğuna ve yanlışlığına kendim karar verebilirim.	4.22	4.24	4.08	4.13
3) Kitle iletişim araçları tarafından üretilen tüketim kültürü, şiddet vb değerlerin farkına varırım.	4.45	4.36	4.16	4.25
4) Kitle iletişim araçlarının politik, ekonomik, kültürel, sosyal önceliklerinin olduğunu fark ederim.	4.27	4.16	4.00	4.07
5) Mesajların hangi amaçlarla (sosyal sorumluluk, tüketim, bilgi verme eğlendirme v.b.) oluşturulduğunu fark ederim.	4.35	4.28	4.26	4.28
6) Kitle iletişim araçlarındaki yayınların olumlu ve olumsuz yanlarını belirlerim.	4.39	4.26	3.97	4.10
7) Kitle iletişim araçlarının yayınlarında kanuni ve etik kurallara bağlı kalınıp kalınmadığını takip ederim	3.80	3.72	3.31	3.47
8) Kitle iletişim araçlarında yanlış habercilik yapıldığının hemen farkına varırım.	4.28	4.31	3.97	4.08
9) Kitle iletişim araçlarıyla verilen mesajlara eleştirel bir bakış açısıyla bakarım.	4.04	3.91	3.79	3.85
10) Kitle iletişim araçlarıyla verilen mesajlardaki anlamları çözümlemede yeterliliğe sahibim.	4.16	4.12	3.86	3.96
11) Kitle iletişim araçlarının bireyleri nasıl etkilediği konusunda yeterliliğe sahibim.	4.22	4.05	4.01	4.06
12) Kitle iletişim araçlarındaki yayınların olumsuzluklarından korunma konusunda önerilerde bulunurum.	3.74	3.51	3.11	3.29
13) Kitle iletişim araçlarındaki mesajlara olumlu ve olumsuz tepki veririm.	3.69	3.54	3.70	3.67
14) Verilen mesajların farklı kitle iletişim araçlarında farklı biçimlerde oluşturulduğunu bilirim.	3.99	3.84	3.85	3.88
15) Birey olarak kitle iletişim araçlarındaki üretim sürecine ne kadar etkim olabileceğini bilirim.	3.72	3.47	3.29	3.40
16) Kitle iletişim araçlarında yapılan gizli reklâmı fark ederim.	3.86	3.92	3.91	3.90
17) Sponsorların yayın üzerindeki etkisini gözlemleyebilirim.	3.99	3.96	3.91	3.94

Tablo 3 incelendiğinde ölçekte yer alan maddelerde X kuşağının ortalamaları 15 soruda (1, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 17), Y kuşağının 2 madde de (2, 16) yüksek çıktığı

görülmektedir. Z kuşağının ortalamalarda X ve Y kuşağına göre daha geride kalmasının nedenin yaşam tecrübelerinin az olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir.

X, Y Kuşaklarındaki Bireylerin Medya Okuryazarlık Ölçeğinin Alt Boyutları ile İlgili Bulgular

X, Y kuşaklarındaki bireylerin medya okuryazarlık ölçeğinin alt boyutları (farkında olma, bilgi sahibi olma; analiz edebilme, tepki oluşturabilme ve yargılayabilme, örtük mesajları, gizli niyetleri görebilme) ile cinsiyet, öğrenim durumu, meslek ve yaşadığı ilçe değişkenleri arasında istatistiksel açıdan farklılık durumlarının incelenmesidir.

X ve Y kuşağındaki bireylerin medya okuryazarlık ölçeğinin 1.alt boyutlar olan farkında olma, bilgi sahibi olma açısından öğrenim durumuna göre farklılaşma durumunu incelemek için ANOVA testi yapılmış ve farklı çıkan bulgular Tablo 4 ve Tablo 5'te sunulmuştur:

	N	\bar{X}	SS
İlkokul	6	4.21	.50102
Ortaokul	7	3.82	.62659
Lise	41	4.37	.52380
Lisans	96	4.18	.47334
Lisansüstü	18	4.41	.52292
Toplam	168	4.24	.50999

Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	P	Anlamlı Fark
Gruplar arası	2.915	4	.729	2.932	.022	3>2
Gruplar içi	40.519	163	.249			5>2
Toplam	43.434	167				3>4

(1= İlkokul, 2=Ortaokul, 3=Lise, 4=Lisans, 5=Lisansüstü)

Tablo 4 ve Tablo 5'teki ANOVA sonuçlarına göre 1. boyut olan farkında olma, bilgi sahibi olmada lise ($\bar{X}=4.37$, $SS=.52$) ve lisansüstü ($\bar{X}=4.41$, $SS=.52$) mezunlarının ortaokullara ($\bar{X}=3.82$, $SS=.62$) göre ve lise mezunlarının ($\bar{X}=4.37$, $SS=.52$) lisans mezunlarına ($\bar{X}=4.18$, $SS=.47$) oranla medya okuryazarlık düzeylerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca lise mezunlarının lisans mezunlarından medya okuryazarlık düzeyinin yüksek çıkması dikkat çekicidir [$F(4,163)=2.932$, $p=.022$]. Genel anlamda bu sonuçlardan öğrenim düzeyi arttıkça medya okuryazarlık düzeyinin arttığı sonucuna ulaşılabilir.

X ve Y kuşağındaki bireylerin medya okuryazarlık ölçeğinin 2.alt boyutlar olan analiz edebilme, tepki oluşturabilme açısından yaşadıkları ilçelere göre farklılaşma durumunu incelemek için ANOVA testi yapılmış ve farklı çıkan bulgular Tablo 6 ve Tablo 7'de sunulmuştur:

Tablo 6. X ve Y kuşaklarının yaşadıkları ilçelere göre 2. boyut betimsel istatistikleri

	N	\bar{X}	SS
Karesi	81	3.70	.68369
Altteylül	65	4.02	.62827
Diğer	22	3.61	.54284
Toplam	168	3.81	.66324

Tablo 7. X ve Y kuşaklarının yaşadıkları ilçelere göre 2. boyut karşılaştırılması

Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	P	Anlamlı Fark
Gruplar arası	4.615	2	2.307	5.530	.005	2>1
Gruplar içi	68.846	165	.417			2>3
Toplam	73.460	167				

(1=Karesi, 2=Altteylül, 3=Diğer)

Tablo 6 ve Tablo 7'deki ANOVA testi sonuçlarına göre 2. boyut olan analiz edebilme, tepki oluşturabilme boyutunda Altteylül ilçesinde (\bar{X} =4.02, SS=.62) oturanların Karesi ilçesinde (\bar{X} =3.70, SS=.68) ve diğer ilçelerde (\bar{X} =3.61, SS=.54) oturanlara göre medya okuryazarlık düzeylerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir [$F(2,165)=5.530$, $p=.005$]. Altteylül ilçesinde resmi kurumların daha fazla olmasından dolayı medya okuryazarlık düzeyinin yüksek olduğu düşünülmektedir.

Z Kuşağı Bireylerinin Medya Okuryazarlık Ölçeğinin Alt Boyutları ile İlgili Bulgular

Z kuşağı bireylerinin medya okuryazarlık ölçeğinin alt boyutları (farkında olma, bilgi sahibi olma; analiz edebilme, tepki oluşturabilme ve yargılayabilme, örtük mesajları, gizli niyetleri görebilme) ile cinsiyet, okul türü ve yaşadığı ilçe değişkenleri arasında istatistiksel açıdan farklılık durumlarının incelenmesidir.

Z kuşağındaki bireylerin medya okuryazarlık ölçeğinin alt boyut puanlarının cinsiyete göre farklılaşma durumunu incelemek için t-testi yapılmış ve farklı çıkan bulgular Tablo 8'de sunulmuştur:

Tablo 8. Z kuşağının cinsiyete göre karşılaştırılması

	Cinsiyet	N	\bar{X}	SS	sd	t	p
Farkında olma, Bilgi sahibi olma	Kız	191	4.01	.55658	312	-1.124	.262
	Erkek	123	4.08	.54201			
Analiz edebilme, Tepki oluşturabilme	Kız	191	3.47	.64201	312	-2.239	.026
	Erkek	123	3.64	.64996			
Yargılayabilme, Örtük mesajları, Gizli niyetleri görebilme	Kız	191	3.72	.63380	270.439	-1.987	.048
	Erkek	123	3.86	.60055			
Genel Toplam	Kız	191	3.75	.52303	312	-2.027	.044
	Erkek	123	3.87	.51248			

Tablo 8'deki t-testi sonucuna göre; analiz edebilme, tepki oluşturabilme boyutunda erkeklerde ($\bar{X}=3.64$, $SS=.64$), kızlara ($\bar{X}=3.47$, $SS=.64$) ; yargılayabilme, örtük mesajları, gizli niyetleri görebilme boyutunda erkeklerde ($\bar{X}=3.86$, $SS=.60$), kızlara ($\bar{X}=3.72$, $SS=.63$) ve genel toplamda erkeklerde ($\bar{X}=3.87$, $SS=.51$), kızlara ($\bar{X}=3.75$, $SS=.52$) göre farkındalığın yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Z kuşağındaki bireylerin medya okuryazarlık ölçeğinin alt boyut puanlarının okudukları okul türüne göre farklılaşma durumunu incelemek için ANOVA testi yapılmış ve farklı çıkan bulgular Tablo 9'da sunulmuştur:

Tablo 9. Z kuşağının okul türlerine göre karşılaştırılması

	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	P	Anlamlı Fark
Farkında olma, Bilgi sahibi olma	Gruplar arası	5.179	2	2.589	8.958	.000	1>3
	Gruplar içi	89.904	311	.289			2>3
	Toplam	95.083	313				
Analiz edebilme, Tepki oluşturabilme	Gruplar arası	4.517	2	2.259	5.513	.004	1>3
	Gruplar içi	127.423	311	.410			2>3
	Toplam	131.940	313				
Yargılayabilme, Örtük mesajları, Gizli niyetleri Görebilme	Gruplar arası	6.556	2	3.278	8.845	.000	1>3
	Gruplar içi	115.257	311	.371			2>3
	Toplam	121.813	313				
Genel Toplam	Gruplar arası	5.124	2	2.562	9.959	.000	1>3
	Gruplar içi	80.001	311	.257			2>3
	Toplam	85.125	313				

(1=Fen Lisesi,2=Anadolu Lisesi,3=Meslek Lisesi)

Tablo 9'daki ANOVA testi sonucuna göre; farkında olma, bilgi sahibi olmada [$F(2,311)=8.958$, $p=.000$]; analiz edebilme, tepki oluşturabilme [$F(2,311)=5.513$, $p=.004$]; yargılayabilme, örtük mesajları, gizli niyetleri görebilme [$F(2,311)=8.845$, $p=.000$] ve genel toplamda [$F(2,311)=9.959$, $p=.000$] fen ve anadolu liselerinin meslek liselerine oranla anlamlı bir fark oluşturduğu tespit edilmiştir.

X, Y ve Z Kuşaklarındaki Bireylerin Medya Okuryazarlık Ölçeğinin Alt Boyut Puanları ile İlgili Bulgular

X, Y ve Z kuşaklarındaki bireylerin medya okuryazarlık ölçeğinin alt boyut (farkında olma, bilgi sahibi olma; analiz edebilme, tepki oluşturabilme ve yargılayabilme, örtük mesajları, gizli niyetleri görebilme) puanları arasında istatistiksel açıdan farklılık durumlarının incelenmesidir.

X, Y ve Z kuşağındaki bireylerin medya okuryazarlık düzeylerinin farklılaşma durumunu incelemek için ANOVA testi yapılmış ve farklı çıkan bulgular Tablo 10'da sunulmuştur:

Tablo 10. X, Y, Z kuşaklarının medya okuryazarlık düzeylerinin karşılaştırılması

	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Fark
Farkında olma, Bilgi sahibi olma	Gruplar arası	4.668	2	2.334	8.094	.000	1>3
	Gruplar içi	138.130	479	.288			
	Toplam	142.798	481				
Analiz edebilme, Tepki oluşturabilme	Gruplar arası	8.946	2	4.473	10.472	.000	1>3
	Gruplar içi	204.605	479	.427			
	Toplam	213.551	481				
Yargılayabilme, Örtük mesajları, Gizli niyetleri görebilme	Gruplar arası	1.703	2	.851	2.052	.130	
	Gruplar içi	198.742	479	.415			
	Toplam	200.445	481				
Genel Toplam	Gruplar arası	4.994	2	2.497	9.072	.000	1>3
	Gruplar içi	131.836	479	.275			
	Toplam	136.830	481				

(1=X kuşağı, 2=Y kuşağı, 3=Z kuşağı)

Tablo 10'daki ANOVA testi sonucuna göre; farkında olma, bilgi sahibi olmada [F(2,479)=8.094, p=.000]; analiz edebilme, tepki oluşturabilmede [F(2,479)=10.472, p=.000] ve genel toplamda [F(2,479)=9.072, p=.000] X kuşağının Z kuşağına oranla medya okuryazarlık düzeyinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

X, Y ve Z kuşağındaki bireylerin medya okuryazarlık düzeylerinin yaşadıkları ilçelere göre farklılaşma durumunu incelemek için ANOVA testi yapılmış ve farklı çıkan bulgular Tablo 11 ve 12'de sunulmuştur:

Tablo 11. X, Y, Z kuşaklarının yaşadıkları ilçelere göre medya okuryazarlık düzeylerinin betimsel istatistikleri

		N	\bar{X}	SS
Farkında olma, Bilgi sahibi olma	Karesi	248	4.08	.55662
	Altıeylül	187	4.15	.53357
	Diğer	47	4.11	.52655
	Toplam	482	4.11	.54487
Analiz edebilme, Tepki oluşturabilme	Karesi	248	3.55	.64728
	Altıeylül	187	3.76	.68591
	Diğer	47	3.56	.61929
	Toplam	482	3.63	.66631
Yargılayabilme, Örtük mesajları, Gizli niyetleri görebilme	Karesi	248	3.78	.61928
	Altıeylül	187	3.89	.67193
	Diğer	47	3.67	.64712
	Toplam	482	3.81	.64554

(1= Karesi, 2=Altıeylül, 3=Diğer)

Tablo 12. X, Y,Z kuşaklarının yaşadıkları ilçelere göre medya okuryazarlık düzeylerinin karşılaştırılması

	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	P	Anlamlı Fark
Farkında olma, Bilgi sahibi olma	Gruplar arası	.564	2	.282	.950	.387	
	Gruplar içi	142.234	479	.297			
	Toplam	142.798	481				
Analiz edebilme, Tepki oluşturabilme	Gruplar arası	4.915	2	2.458	5.642	.004	2>1
	Gruplar içi	208.636	479	.436			
	Toplam	213.551	481				
Yargılayabilme, Örtük mesajları, Gizli niyetleri görebilme	Gruplar arası	2.480	2	1.240	3.000	.051	
	Gruplar içi	197,965	479	.413			
	Toplam	200.445	481				
Genel Toplam	Gruplar arası	2.002	2	1.001	3.556	.029	2>1
	Gruplar içi	134.828	479	.281			
	Toplam	136.830	481				

Tablo 11 ve 12'deki ANOVA testi sonuçlarına göre; analiz edebilme, tepki oluşturabilme [$F(2,479)=5.642$, $p=.004$] boyutunda Altteylül ilçesinde oturanların ($\bar{X}=3.76$, $SS=.68$) Karesi'de oturanlara ($\bar{X}=3.55$, $SS=.64$) göre ve genel toplamda [$F(2,479)=3.556$, $p=.029$] Altteylül ilçesinde yaşayanların Karesi'de yaşayanlara oranla medya okuryazarlık düzeyi daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Sonuç

Bu çalışmada Balıkesir ilinde yaşayan farklı kuşaklardaki (X, Y, Z) bireylerin medya okuryazarlık düzeylerini tespit ederek sosyolojik açıdan medya okuryazarlığının toplumsal karşılığı ortaya çıkarılmıştır. Günümüzde yaşamın her alanına müdahale edecek bir güce sahip olan medya, her yaş grubundan bireyleri kısa bir süre içerisinde etkisi altına alarak etkileyebilmektedir. Medyanın bu gücü barındırması çocuk, genç, yaşlı fark etmeksizin bireylerin medya iletilerine karşı medya okuryazarı bilincine sahip olması bakımından oldukça önem arz etmekte ve zorunlu hale gelmektedir.

Alanyazın çalışmaları incelendiğinde öğretmen adaylarının (Güven, 2014; Özbay ve Benzer, 2013; Som, Kurt, 2012; Karaman, 2010; Karaman ve Karataş, 2009; Karataş, 2008; Devci, Çengelci, 2008; Akkoyunlu, Kurbanoglu 2003; Aldemir, 2004), ilköğretim öğrencilerinin (Kurbanoglu ve Akkoyunlu, 2001; Özmusul, 2012; Yazıcı Okuyan ve Maltepe, 2012) medya okuryazarlığı ile ilgili pek çok çalışmaya rastlanmıştır. Ama toplumun farklı kesimleri üzerine çalışmaların fazla olmadığı dikkat çekicidir. Barut (2018) yüksek lisans tez çalışmasında vatandaş ve akademisyenlerin medya okuryazarlığının incelenmesi ile ilgili bir çalışma yapmıştır.

Elde edilen sonuçlara göre; X, Y kuşaklarında cinsiyete, kuşağa ve mesleklere göre fark çıkmadığı tespit edilmiştir. Som ve Kurt (2012), çalışmalarında bilgisayar ve öğretim

teknolojileri eğitimindeki öğretmen adaylarının medya okuryazarlıkları ile cinsiyetleri arasında bir fark tespit edememişlerdir.

X, Y kuşaklarında öğrenim durumları ve yaşadıkları ilçe değişkenlerine göre anlamlı fark tespit edilmiştir. Medya okuryazarlığının farkında olma, bilgi sahibi olma boyutu açısından lisansüstü ve lise mezunlarının ortaokul mezunlarına göre daha bilinçli olduğu belirlenmiştir. Bu sonuç alanyazınları ile uyum göstermektedir. Barut (2018), akademisyenlerin (%48,0) vatandaşlara göre (%38,8) medya okuryazarlığı hakkında bilgi sahibi olma düzeylerinin daha yüksek olduğunu tespit etmiştir. Yaşadığı ilçe değişkeni açısından bakıldığında Altiyül ilçesinde yaşayanların Karesi ve diğer ilçelerde yaşayanlara göre analiz edebilme, tepki oluşturabilme boyutunda anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Alanyazınlarında yaşadığı yer ile medya okuryazarlık düzeyi ile ilgili bir çalışmaya rastlanmamıştır.

Z kuşağında cinsiyete ve okudukları okul türlerine göre anlamlı fark tespit edilmiştir. Cinsiyete göre analiz edebilme, tepki oluşturabilme boyutunda; yargılayabilme, örtük mesajları, gizli niyetleri görebilme boyutunda ve genel toplamda erkekler lehine anlamlı fark tespit edilmiştir. Bu sonuç çalışmalarla da uyum göstermektedir. Karaman (2016), erkek öğretmen adaylarının eleştirel düşünme eğilimlerinin ve medya okuryazarlık düzeylerinin kadın öğretmen adaylarına göre daha yüksek değerlere sahip olduğu bulunmuştur.

Okul türü değişkeni açısından fen liselerinin, anadolu ve meslek liselerine göre, anadolu liselerinin de meslek liselerine göre medya okuryazarlığının 1. boyut: Farkında olma, bilgi sahibi olma; 2. boyut: Analiz edebilme, tepki oluşturabilme; 3. boyut: Yargılayabilme, örtük mesajları, gizli niyetleri görebilme ve genel puan toplamları açısından anlamlı fark olduğu tespit edilmiştir.

X, Y, Z kuşağı ile ilgili bulgulara bakıldığında cinsiyet değişkeninde anlamlı fark tespit edilememiştir. Ama kuşaklar arasında ve yaşadıkları ilçeler açısından istatistiksel anlamlı fark olduğu tespit edilmiştir. Kuşaklar arasında X kuşağının Z kuşağına göre medya okuryazarlık düzeyi 1. Boyut, 2. Boyut ve genel toplam puanları daha yüksek düzeydedir. Yaşadıkları ilçe değişkeni açısından Altiyül ilçesinde yaşayanların Karesi ilçesinde yaşayanlara göre 2. Boyut ve genel toplam puanları daha yüksek düzeydedir. Güven (2014), Som ve Kurt (2012) çalışmalarında öğrencilerin sınıf düzeyleri ile medya okuryazarlık düzeyleri arasında anlamlı bir fark olduğu sonucuna ulaşmış ve sınıf düzeyi arttıkça medya okuryazarlığının arttığını ifade etmişlerdir. Bu bağlamda çalışmalar yaş ilerledikçe farkındalığın arttığını göstermektedir, sonuçlarımız bu açıdan yapılan çalışmalarla da uyumludur. Gelecek nesillere örnek teşkil edecek Z kuşağının medya okuryazarlık düzeylerinin düşük olması dikkat çekicidir. Bu nedenle araştırma sonuçları elde edildikten sonra çözüme yönelik olarak okulumuzda "Medya Okuryazarlığı" konusunda bilinçlendirme çalışmaları başlatılmıştır.

Türkiye’de medya okuryazarlığı kavramı yeni gelişen bir alandır ve bu nedenle, yapılan çalışmalar her geçen gün artış göstermektedir. Ancak yapılan çalışmalar daha çok yükseköğretim öğrencileri üzerine yoğunlaşmış, medya okuryazarlığının toplumsal karşılığı

üzerine çalışmalara pek rastlanmamıştır. Çalışmanın diğerlerinden ayırıcı özelliği ise medya okuryazarlığının toplumsal düzeydeki durumu ve kuşaklar arasındaki farkındalık durumunun tespitine yönelik olduğu için medya okuryazarlığı ile ilgili önemli bir boşluğu dolduracağı ve medya okuryazarlığının toplumsal karşılığı kapsamında daha sonraki araştırmalara kaynak olmada bir başlangıç olacağı düşünülmektedir.

Öneriler

Araştırmada elde edilen sonuçlar ışığında, bireylerin “Medya Okuryazarlık” düzeyinin yükseltilmesi ve bu konuda bilinçlenmeleri açısından aşağıdaki önerilerin uygulamaya geçirilmesi önem kazanmaktadır:

- Medya okuryazarlığı dersinin seçmeli ders yerine zorunlu ders olarak her sınıf seviyesinde yer alması Z kuşağının, medya okuryazarı bir bireyin bilinciyle yetiştirilmesi ve topluma kazandırılması açısından oldukça önemlidir.
- Okullarda “Medya Okuryazarlığı Kulübü” kurularak Z kuşağındaki bireylerin uygulamalı çalışmalar yapmalarına fırsat tanınmalıdır.
- Medya okuryazarlığı dersinin verimliliği açısından, dersin uygulamalı olarak işlenmesi ve derste çeşitli medya araçlarının etkin kullanımı konusunda Z kuşağına yönelik bilinçlendirme çalışmaları yapılmalıdır.
- Medya kuruluşlarına ziyarette bulunularak X, Y ve Z kuşaklarının bilgiye yerinde ulaşması ve iletişim kurarak kuşakların tecrübelerini aktarmaları sağlanmalıdır.
- Ebeveynlerin medya okuryazarlığı hakkında bilgilendirilip farkındalığının artırılması amacıyla televizyonlarda X ve Y kuşaklarına yönelik medya okuryazarlığıyla ilgili çeşitli kamu spotları yayımlanmalıdır.
- X ve Y kuşağına yönelik yetişkin eğitimleri planlanmalıdır.
- Medya okuryazarı bireyler yetiştirebilmek için bu nitelikleri taşıyan öğretmenlerin yetiştirilmesi öncelikli olmalıdır. Bu kapsamda öğretmenlere hizmetiçi eğitimlerin verilmelidir.
- Büyük medya kuruluşları ve şirketlerle iş birliği yapılarak tüm kuşaklara yönelik medya okuryazarlığı konusunda konferans, workshop, paneller düzenlenmelidir.

Kaynakça

- Akarsu, B. (1998). Felsefe Terimleri Sözlüğü (13.Baskı). İnkılap Kitabevi.
- Akkoyunlu, B. & Kurbanoğlu, S. (2003). Öğretmen adaylarının bilgi okuryazarlığı ve bilgisayar öz-yeterlik algıları üzerine bir çalışma. *Hacettepe Üniversitesi, Eğitim Fakültesi Dergisi*, 24(24), 1-10.
- Aldemir, A. (2004). *Öğretmen adaylarının bilgi okuryazarlığı düzeyleri üzerine bir araştırma: Sakarya Üniversitesi örneği*. [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Hacettepe Üniversitesi.
- Altun, A. (2005). Gelişen Teknolojiler ve Yeni Okuryazarlıklar (1.Baskı), Anı Yayıncılık.
- Baltacı, A. (2018). Nitel araştırmalarda örnekleme yöntemleri ve örnek hacmi sorunsalı üzerine kavramsal bir inceleme, *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*,7(1), 231-274.
- Barut, M. (2018). *Medya okuryazarlığının toplumsal karşılığı üzerine ampirik bir çalışma (Elazığ ili özelinde akademisyenler ile vatandaşlar arasında karşılaştırmalı bir analiz)*. [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Fırat Üniversitesi.
- Büyüköztürk, Ş. (2011). Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı- İstatistik, Araştırma Deseni, SPSS Uygulamaları ve Yorum (15. Baskı). Pegem Akademi.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, K. E., Akgün, E. Ö., Karadeniz, Ş. Ve Demirel, F. (2009). Bilimsel Araştırma Yöntemleri (25.Baskı). Pegem Akademi.
- Can, A. (1996). Çocuk ve Çizgi Film. Öz Eğitim Yayınları.
- Çatalkaya, C. (2014). Kariyer 2.0. İstanbul: Optimist. s.18-22.
- Çetiner, M. (2014). "Doğum Yılımız Karakterimizdir...", 31 Ekim 2014, *Cumhuriyet Gazetesi Bilim Teknoloji Dergisi*, Sayı: 1441, s.17.
- Deveci, H. & Çengelci, T. (2008). Sosyal bilgiler öğretmen adaylarından medya okuryazarlığına bir bakış, *Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Eğitim Fakültesi Dergisi*,5(2), 25-43.
- Erdoğan, M. (2019). X- Y -Z Kuşakları ve Siyasal Katılımda Rol Oynayan Faktörler. Yüksek Lisans Tezi, Hasan Kalyoncu Üniversitesi, Gaziantep.
- Güven, İ. (2004). Fen ve teknoloji öğretmen adaylarının bilgi okuryazarlığı ve medya okuryazarlığı düzeylerinin incelenmesi, *Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic Volume*, 9(2), 787-800. doi: 10.7827/TurkishStudies.6395
- Karaman, M. (2010). Öğretmen adaylarının TV ve internet teknolojilerini kullanma amaç ve beklentilerinin medya okuryazarlığı bağlamında değerlendirilmesi, *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*,3(2), 51-62.
- Karaman, M.K. & Karataş, A. (2009). Öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeyleri, *İlköğretim Online*, 8(3),798-808.
- Karaman, G. (2016). Erken okuryazarlık becerilerini değerlendirme aracının (EOBDA) geliştirilmesi, *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*,12(2), 516-541. doi: 10.17860/efd.02080
- Karasar, N. (2009). Bilimsel Araştırma Yöntemi (28.Baskı). Nobel Yayıncılık.
- Karataş, A. (2008). *Öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeyleri*. [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Afyon Kocatepe Üniversitesi.
- Kurbanoglu, S.& Akkoyunlu B. (2001). Öğrencilere bilgi okuryazarlığı becerilerinin kazandırılması üzerine bir çalışma, *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 21(21), 81-88.
- Kurt, A. & Kürüm, D. (2010). Medya okuryazarlığı ve eleştirel düşünme arasındaki ilişki: Kavramsal bir bakış, *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(2), 20-34.

- Özbay, M. & Benzer A. (2013). Türkçe öğretmeni adaylarının bilgi okuryazarlığı üzerine bir değerlendirme, *Ana Dili Eğitimi Dergisi*, 1(3), 29-40. doi: 10.16916/aded.15998
- Özmuş, M. (2012). İlköğretim ikinci kademe öğrencilerinin bilimsel bilgiye yönelik görüşleri: bilgi okuryazarlığı açısından bir çözümleme, *İlköğretim Online*, 11(3), 629-645.
- RTÜK, (2007). <https://www.medyaokuryazarligi.gov.tr/userfiles/files/MEDYAKitabi> Erişim tarihi: 05.11.2019
- RTÜK, (2016). *Medya Okuryazarlığı Araştırması*, Yayın Araştırmaları ve Ölçme Dairesi Başkanlığı, Ankara.
- 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.
- Şalap, K. O. (2016). Çalışma yaşamında kuşaklar: Kuşakların iş ve özel yaşam dengesine ilişkin yaklaşımları. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Taş, Y. H. ve Kaçar, S. (2019). X, Y ve Z kuşağı Çalışanlarının Yönetim Tarzları ve Bir İşletme Örneği. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi-International Journal of Society Researches*, 18(11), 643-675. doi: 10.26466/opus.554751
- Tübitak, (2019). <https://www.tubitak.gov.tr/tr> Erişim Tarihi:18.11.2019
- Türk Dil Kurumu (TDK), (2019). <https://sozluk.gov.tr/Erişim> Tarihi: 15.12.2019
- Türk Dil Kurumu (TDK), (2020). <https://sozluk.gov.tr/Erişim> Tarihi: 02.09.2020
- UNESCO (1982). Grunwald Declaration on media education. www.unesco.org/education/pdf/MEDIA_E.PDF Erişim Tarihi: 10.11.2019
- Yazıcı Okuyan, H. & Maltepe, S. (2012). *İlköğretim 7. sınıf öğrencilerinin medya okuryazarlığına yönelik farkındalıkları üzerine bir çalışma*. 21. Ulusal Eğitim Bilimleri Kongresi'nde sunulan bildiri, Marmara Üniversitesi, İstanbul.