

Medya Okuryazarlığı Düzeyinin Yalan Haber Paylaşma Üzerine Etkisinin İncelenmesi

Examining the Effect of Media Literacy Level on Sharing Fake News

Türkan YILDIRIM**

Makale Bilgisi	ÖZET
Geliş:11.01.2025 Kabul:25.09.2025 Doi: 10.20296/tsadergisi.1612170 Anahtar Sözcükler: <i>Medya okuryazarlığı</i> <i>Yalan haber</i> <i>Dezenformasyon</i> <i>Medya okuryazarlığı dersi</i>	Bu çalışmanın amacı eğitim fakültesi öğrencilerinin medya okuryazarlığı düzeyinin onların yalan haber paylaşma eğilimi üzerine etkisini incelemektir. Bu amaca yönelik olarak çalışmanın örneklem grubunu Gazi Üniversitesi, Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi, Hacettepe Üniversitesi, Mersin Üniversitesi eğitim fakültelerindeki 303 öğrenci oluşturmaktadır. Çalışmanın verileri Google Forms'ta oluşturulan 3 bölüm olarak hazırlanan anket aracılığıyla toplanmıştır. Anketin birinci bölümünde öğrencilerin cinsiyeti, yaşı, eğitim gördüğü üniversite, bölüm ve medya okuryazarlığı dersi alma durumlarına ilişkin bilgi formu, ikinci bölümünde 5'li likert tipinde 17 maddelik "Medya Okuryazarlığı Düzeyi Belirleme Ölçeği" ve üçüncü bölümünde 5'li likert tipinde oluşturulan 5 maddelik "Yalan Haber Ölçeği" yer almaktadır. Araştırmacı tarafından, elde edilen veriler analiz edilirken öğrencilerin cinsiyet ve medya okuryazarlığı alma durumlarının medya okuryazarlığı düzeyleri üzerinde anlamlı farklılık yaratıp yaratmadığını belirlemek amacıyla SPSS programı aracılığıyla T- testi yapılmıştır. Ayrıca öğrencilerin medya okuryazarlığı düzeyi ile yalan haber paylaşmaları arasındaki ilişkiyi belirlemek adına korelasyon analizi yapılmıştır. Çalışmanın sonunda medya okuryazarlık düzeyi ve yalan haber paylaşma eğiliminin öğrencilerin medya okuryazarlığı dersi alma durumlarına göre anlamlı farklılık gösterdiği ortaya konulmuştur.
Article Information	ABSTRACT
Submission: 11.01.2025 Acceptance:25.09.2025 Doi: 10.20296/tsadergisi.1612170 Key Words: <i>Media literacy</i> <i>Fake news</i> <i>Disinformation</i> <i>Media literacy course</i>	The aim of this study is to examine the effect of the media literacy level of the students of the Faculty of Education on their tendency to share fake news. For this purpose, the sample group of the study consists of 303 students from the Faculty of Educations of Gazi University, Erzincan Binali Yıldırım University, Hacettepe University, and Mersin University. The data of the study were collected through a survey prepared in 3 parts on Google Forms. The first part of the survey includes an information form regarding the students' gender, age, university, department and their status of taking media literacy courses, the second part includes a 17-item "Media Literacy Level Determination Scale" with a 5-point Likert type, and the third part includes a 5-item "Fake News Scale" with a 5-point Likert type. While analyzing the obtained data, the researcher conducted a T-test using the SPSS program in order to determine whether the students' gender and media literacy status created a significant difference on their media literacy levels. In addition, a correlation analysis was conducted in order to determine the relationship between the students' media literacy level and their sharing of fake news. At the end of the study, media literacy level and tendency to share fake news were revealed to be a significant difference according to whether students took a media literacy course.
Atıf İçin	Yıldırım, T. (2025). Medya Okuryazarlığı Düzeyinin Yalan Haber Paylaşma Üzerine Etkisinin İncelenmesi. <i>Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi</i>, 29(3), 832-846. doi: 10.20296/tsadergisi.1612170

** Dr. Öğr.Üyesi, Harran Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi Bölümü, Şanlıurfa, turkanyildirim@harran.edu.tr, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9818-9061>

GİRİŞ

Günümüzde artık iletişim yolları değişmiş basılı gazete, dergi ve televizyonların yerini internet siteleri, haber siteleri, e-dergiler, sosyal medyalar almıştır. Edinilmek istenen bilgilere ulaşmanın yolları da kolaylaşmıştır. Geleneksel sistemde bilgi edinmek için kütüphanelere gidilirken artık insanlar kütüphanelerini ceplerini taşımaktadırlar. Bir kelimenin anlamı bilinmediğinde sözlüklere başvurulurken artık internet arama motorları aracılığıyla bilinmeyen kelimenin anlamı öğrenilmektedir. Bir yerden bir yere giderken bile insanlar birbirine yol tarifi sorarlarken artık teknolojinin sunduğu haritalara yol tarifini sormaktadırlar. Bir ürüne ihtiyaç duyulduğunda insanlar mağazalara gidip alışveriş yaparken, acıktığında bir lokantadan karnını doyururken artık e-ticaret sitelerinden bu ihtiyaçlarını karşılamaya, alışveriş yapmaya başlamışlardır. İnsanların ihtiyaç listelerini oluşturma şekilleri de değişmiştir. Medya aracılığıyla sunulan görseller, paylaşılan içerikler, üretilen videolar insanların ihtiyaç listelerini belirlemede rol oynamaya başlamıştır. Hülasa geleneksel olan her şey artık yerini yeni alışkanlıklara bırakmıştır. Bu noktadan bakıldığında yeni medya da geleneksel medyanın önüne geçmiştir. Akyüz, Kazaz ve Gülnar (2021) yeni medyayı, dijital ortamlarda yapılan yayınlar olarak tanımlamaktadır. Yeni medya, insanların bilgi ve habere kolayca erişilebilmesini sağlamış ve iletişim hızını arttırmıştır. Medyada bir haberi en hızlı ulaştırın en iyi haber kanalı olarak değerlendirilmektedir. En iyi olma motivasyonu hızlı haber ulaştırma isteğini de tetiklemektedir. Yeni medyada bu artık çok kolaydır. Kitlelerine ulaştırılmak istenen bir haber, uzun yollar aşmasına gerek olmadan sosyal medya aracılığıyla ya da internet sitesi aracılığıyla bir tuş yardımıyla aynı anda tüm dünyaya servis edilebilmektedir. Medyada haberin hızlı yayılması çok kıymetlidir, ancak eğer bu haber doğruysa. Günümüzün en önemli sorunlarının başında yalan haberler gelmektedir. Akyüz, vd. (2021), 313 öğrencinin görüşlerine başvurarak tarama yöntemiyle hazırladığı çalışmalarında katılımcı öğrencilerin % 97, 4'ünün sosyal medyada yalan haberlerle karşılaştıklarını tespit etmişlerdir. Yalan haber kavramı 2016 yılında yapılan Amerika Birleşik Devleti Başkanlık Seçimi döneminde önemli bir konu olmaya başlamıştır (Şentöregil, 2024, s.1). Bu bağlamda literatürde yeni bir kavram olarak karşımıza çıkar. Bu alanda Türkiye'de yalan haber ile ilgili ilk tez çalışması da Uluk (2018) tarafından yapılmıştır.

Yalan haber, gerçeğin kamufle edilerek okuyucu kitlelerini aldatmaya, yanıltmaya ve manipüle etmeye yönelik oluşturulan içeriklerdir. (Nalbantoğlu, 2022, s.52; Arkan, 2022, s.85; Yeles Karaman, 2024, s. 96) Yalan haberi sadece bu boyutu ile ele almak kavramı daraltabilir. Wardle (2017) yalan haberi kasıtlı olma ya da olmama durumuna göre açıklar. O, bir haberin kasıtlı olarak çarpıtılması ve bilerek isteyerek insanları yanlış yönlendirmeyi hedeflemesini dezenformasyon kavramı ile açıklarken insanları eksik bilgiden dolayı kasıtsız olarak yanlış yönlendirmeyi ise mezenformasyon kavramı ile açıklar. Dezenformasyonda art niyet varken mezenformasyonda art niyet yoktur. Fakat kasıt olsun ya da olmasın bu haberler bilgi kirliliğine yol açar. Yalan haber, insanları aldatmak, kandırmak, kendi etrafında bir kitle oluşturmak, ürün satmak, daha çok takipçi kazanmak, daha fazla tıklanmak, reklam yapmak, çıkar sağlamak, başka bir görüşü çürütemek, bir toplumu kışkırtmak amacıyla üretilir. Yalan haberlerin üretilmesinin altında yatan sebeplerden biri de medya aracılığıyla para kazanma isteğidir. Tıklanılan her haber, takip edilen her sayfa, izlenilen her içerik medya kuruluşlarına para kazandırmaktadır. Medya, reklam üzerinden para kazanır. Bu noktada sosyal medyalar da devreye girmektedir. Artık ürünler sadece tek yönlü iletişimi sağlayan televizyon kanallarında tanıtılmamaktadır. Aynı zamanda çok takipçi sayısı olan kişiler tarafından da ürünler tanıtılmaktadır. Her reklam için para alındığından dolayı ne kadar çok takipçi sayısına ulaşırlarsa o kadar reklam alma olasılıkları artmaktadır. Bu da değişik içerikler üreterek insanların dikkatini çekmeye yönelik video içerikleri üretmeyi beraberinde getirmektedir. İnsanların ilgisini sıradan yaşanan olayların çekmesi daha zor iken abartılı olayların, hayatın olağan akışına aykırı durumların, aşırılık içeren konuların insanların daha çok dikkatini çekebildiği bilindiğinden takipçi kazanmak isteyen insanlar bu yollara başvurmaktadır. Elbette durum sadece bundan ibaret değildir. Aynı zamanda insanları bilerek ve isteyerek yalan habere yönlendiren manipülasyon amacı taşıyan haberlerde mevcuttur. Bu artık günümüzde medyaya olan güvenini sarsacak boyuta taşımıştır. Yalan haberler öyle inandırıcı yöntemlerle sevk edilmektedir ki insanlar bu haberlerin doğruluğunu yanlışlığını ayırt edemez duruma gelmiştir. Manipülasyon amacıyla servis edilen bir yalan haberin inandırıcılığı arttırılmak için görsellerle desteklenmekte, haberin

başlığı renklerle dikkati çekecek şekilde yazılmakta, güvenilir kişilerin videoları fotoğrafları üzerinden montaj yapılmakta ya da resmî kurumların logoları taklit edilmektedir. Sosyal medya aracılığıyla yalan haberin üretilme sıklığı arttırmış. Çünkü halkın doğru bilgiye erişimini engelleyen yalan haber doğru haberdan çok daha hızlı bir şekilde yayılmaktadır. Bu da karışıklık çıkarmak isteyenlerin, insanları kışkırtmak isteyenlerin amacına hizmet etmesini sağlamaktadır. Medya patronu kim ise sunulan içeriğin, hedeflenen mesajın sahibi de odur (Darı ve Yalçın, 2022, s.369). Akan suyu tersine çevirmek, manipülasyonların önüne geçmek ve dezenformasyonla mücadele edebilmenin yolu ise medyayı okuyabilen, medyaya karşı bilinçli olan bireyler yetiştirmekten geçmektedir. Bu bağlamda karşımıza medya okuryazarlığı çıkmaktadır.

Medya ve okuryazarlık kavramlarının birleştirilmesi ile oluşturulan medya okuryazarlığı, bireylerin medyada verilen mesajları doğru bir şekilde algılayarak metinlerin, görsellerin, videoların, paylaşımların altında yatan örtük anlamları kavrayıp değerlendirilebilme becerisi ve eğitimidir (Kutuoğlu, 2006 s.64; Öncel Taşkıran, 2017, s.9; Yeles Karaman, 2024, s.5). Literatürde medya okuryazarlığı hem bir öğretim yöntemi hem de öğretim konusu olarak yer almaktadır (Karaman, Karataş ve Özgür, 2014, s.181). Medya okuryazarlığı, ekran okuryazarlığı, dijital okuryazarlık medya eğitimi, medya hakkında eğitim, reklam okuryazarlığı kavramları hepsi birbiri yerine kullanılan kavramlardır. (Altun, 2014, s.6; Kurudayıoğlu ve Tüzel, 2014, s.435) Ancak Türkiye’de bu kavramların karşılığı olarak medya okuryazarlığı kullanılmaktadır. Medya okuryazarlığı, medyada verilmek istenen mesajların altında yatan örtük kavramların farkında olabilmeyi ve medya aracılığıyla doğru bilgiye ulaşabilmeyi ve ulaşılan bilgileri sorgulamayı öğretmeyi hedeflemektedir. (Kaya Güler, 2023, s.107) Medya okuryazarı olan bireyler, medyayı kendi amaçları için kullanabilen, edindiği bilgileri sorgulayan ve doğruluğunu araştırabilen, medyanın bireyler üstünde etkisi olduğunu bilen, medya mesajlarının altında yatan örtük anlamlar olduğunu kavrayabilen, medyanın kendine özgü bir dili olduğunu bilen, başka kültürleri anlayabilmede kaynak olarak kullanabilen, medyaya eleştirel yaklaşımla bakabilen, etik kurallara dikkat eden kişilerdir (Bağlı, 2004, s.135). Medyayı sorgulayabilen ve medyayı doğru okuyabilen bireylerin yetiştirilmesi onları medyanın zararlı etkilerine karşı korur. Bu bağlamda Türkiye’nin eğitim politikaları kapsamında okuryazar bireyler yetiştirmek adına öğrencilerin okuryazarlık becerilerinin geliştirilmesine yönelik sistematik adımlar 2007 yılında RTÜK ve Millî Eğitim Bakanlığı ortak çalışmalarıyla atılmaya başlamış ve medya okuryazarlığı ilköğretim ve ortaöğretimde seçmeli ders olarak okutulmaya başlamıştır. 2024 yılında değişen eğitim-öğretim programında ise öğrencilerin okuryazarlık becerilerini geliştirmeye yönelik 9 okuryazarlık türü öğrenme bileşenleri içerisinde yer almıştır. 9 öğrenme bileşenin alt basamağında ise süreç bileşenleri yer almaktadır. Programda, medya okuryazarlığı becerilerinin gelişmesine katkı sağlayacak olan dijital okuryazarlık, bilgi okuryazarlığı ve görsel okuryazarlık yer almıştır. Bu kapsamda, öğrencilerin bilgiye yönelik ihtiyaçlarını belirleme, bilgiyi toplama, özetleme, sentezleme ve bilgiyi kullanarak eleştirel bakış açılarını kazanmaları için bilgi okuryazarlığına yönelik 5 öğrenme çıktısı ve 15 süreç bileşeni programa eklenmiştir. Bilgiye erişim yollarını bilme, dijital iletişim araçlarını kullanma, fikri mülkiyet haklarını kullanma, dijital bilgiyi kullanma, üzerinde düşünme ve çıkarım yapma becerileri kazanma, dijital araçlarla iletişim kurma, dijital güvenlik önlemleri alma gibi öğrencilerin dijital okuryazarlık becerilerini geliştirmeye yönelik ise 9 öğrenme çıktısı ve 28 süreç bileşeni programa eklenmiştir. Görsel okuryazarlık öğrenme bileşenine yönelik ise görseli anlama yorumlama, görsel hakkında eleştirel düşünme şeklinde 4 öğrenme çıktısı ve 10 süreç bileşeni yer almaktadır. Bilgiye erişim yollarını öğrenme, dijital araçları doğru kullanma ve görselleri doğru yorumlama becerilerinin öğrenciye kazandırılmak istenmesindeki amaç, onları yeni medyaya karşı hazır bireyler olarak yetiştirmektir. Bu, hem öğrencileri medyanın zararlı etkilerinden korur, hem de medyada hızla yayılan yalan haberlerin paylaşılma eğilimini azaltır.

İnsanların eski alışkanlıkları ve yaşayış düzeni günümüzde değişmiştir. Teknoloji hayatın her noktasında yerini almıştır. Bu noktada teknolojiyi doğru kullanmanın, bilgiye erişimde doğru yolları tercih etmenin, güvenilir kaynaklara başvurma önemi ortaya çıkmaktadır. Zira teknoloji doğru yönetilebildiğinde insanlara kolaylık sağlar. Aksi takdirde bir neslin yok olmasına da sebep olabilir. Bu bağlamda nesilleri korumak için teknolojinin kötü amaçlar için kullanılabileceği gerçeğini de öğretmek gerekmektedir. Çünkü sosyal medya aracılığıyla enformasyon ve

dezenformasyon yoğunluğu yaşanmaktadır. Medya kullanıcılarını bilinçli bir şekilde yanlış yönlendirmek amacıyla bir takım yalan haberler paylaşılmaktadır. Dolayısıyla bu da bilgi kirliliğine yol açmaktadır. Bu bilgi kirliliği içinde doğru bilgiye oluşmanın yolu bilinçli medya kullanıcılarından geçmektedir. Bireyleri korumak onların medyaya bakış açılarını değerlendirebilmek, bilgi kirliliğine karşı bilinçli bireyler yetiştirmenin yolu önce onların medyayı doğru anlayıp anlayamadıklarını değerlendirebilmekten geçer. Daha sonra medyayı doğru anlayan bireylerin yalan bir haberi paylaşma düzeyi ile medyayı tam anlamı ile kavrayamayan bireylerin yalan haberi paylaşma arasında fark olup olamadığının belirlenmesi önemlidir. Bunun belirlenmesi aynı zamanda bireylerin medya okuryazarlığı konusunda ders almasının onların dezenformasyonla mücadelede önemini ortaya koyacaktır. Literatürde medya okuryazarlığı, öğrencilerin medya okuryazarlık düzeyi, yalan haber ve medya, yalan haber anahtar kelimeleriyle YÖK Tez, Google Akademik, Dergi Park, Web Of Science, Sobiad, Scopus veri tarabanlarında araştırma yapılmıştır. Yapılan araştırma sonunda medya okuryazarlığı ve yalan haber konusunda literatürde makale, tez ve kitaplar tespit edilmiştir. Alanda yapılan çalışmaların medya okuryazarlığı konusunda (Avşar, 2003; Özönur ve Özalpman, 2009, Görmez, 2015; Özgürkiran 2020) medya okuryazarlığına karşı öğrenci tutumları hakkında (Bektaş ve Alver, 2020; Gün ve Kaya, 2017), sosyal medya okuryazarlığı hakkında (Sezgin ve Ünal, 2022), üniversite öğrencilerin kontrolsüz bir şekilde sosyal medya kullanımının bazı değişkenlere göre incelenmesi noktasında (Topal, Küçük Avcı ve İstanbullu, 2024), yeni medya okuryazarlığı hususunda (Asrak Hasdemir, 2014; İlhan, 2015; Karaduman, 2019; Posos Devrani, 2020; Yanmıyan, 2021; Bayer ve Bulut Özek, 2021), yalan haber hususunda (Çitçi ve Kaplan, 2020; Ilgın, 2021; Arat, 2022; Aşlakçı, 2022; Şentöregil, 2024; Olkun ve Balcı, 2024), Medya ön yargıları konusunda (Yeles Karaman, 2024), Türkçe öğretimi ve medya okuryazarlığı konusunda (Bilici, 2014; Bal, 2020; Potur, 2023; Yıldırım, 2018; Çakmak ve Altun, 2013, Dolonbay, 2023) olduğu tespit edilmiştir. Ancak literatürde öğrencilerin medya okuryazarlığı düzeyinin yalan haber paylaşma üzerine etkisi olup olmadığını belirlemeye yönelik bir çalışma tespit edilmemiştir. Bu bağlamda çalışmanın amacı öğrencilerin medya okuryazarlığı düzeyinin onların yalan haber paylaşma eğilimi üzerine etkisini belirlemektir. Bu amaca yönelik olarak araştırma “Öğrencilerin medya okuryazarlığı düzeyinin onların yalan haber paylaşmaları üzerine etkisi var mıdır?” sorusu etrafında dizayn edilmiştir. Bu araştırma soruna yanıt bulabilmek adına aşağıdaki alt çalışma soruları incelenmiştir.

Eğitim Fakültesi öğrencilerinin,

- Medya okuryazarlığı düzeyi ile onların yalan haber paylaşma eğilimleri arasında nasıl bir ilişki vardır?
- Cinsiyeti ile medya okuryazarlığı seviyesi arasında nasıl bir ilişki vardır?
- Cinsiyeti ile yalan haber paylaşma eğilimleri arasında nasıl bir ilişki vardır?
- Medya okuryazarlığım dersi alma durumları ile medya okuryazarlığı düzeyleri arasında ilişki var mıdır?
- Medya okuryazarlığı dersi alma durumları ile yalan haber paylaşma eğilimleri arasında nasıl bir ilişki vardır?

Eğitim fakültesi öğrencilerinin medya okuryazarlığı düzeyinin yalan haber paylaşma eğilimi üzerine etkisini belirlemek amacıyla literatürde yapılan bu ilk çalışmanın sonuçları medya okuryazarlığı dersi alan öğrencilerin yalan haberle mücadelede önemli bir rol alıp almadığını ortaya koyacaktır. Ayrıca araştırmanın sonuçları medya okuryazarlığı dersi açısından kurum ve kuruluşlara, 21. yüzyıl eğitim anlayışına uygun bireylerin yetiştirilmesinde görev alan öğretmenlere ve program üreticilerine veri sağlayacaktır.

YÖNTEM

Araştırmanın Modeli

Eğitim fakültesi öğrencilerinin medya okuryazarlığı düzeyinin yalan haber paylaşma eğilimleri üzerine etkisini belirlemeyi amaçlayan bu çalışmada nicel araştırmadır. Bu çalışma ile eğitim fakültesindeki öğrencilerin yalan haber paylaşma eğilimleri ile medya okuryazarlığı düzeyleri

arasındaki ilişkinin olduğu gibi aktarılmak istenmesinden dolayı ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. Creswell (2017), tarama modelini, iki ya da daha fazla değişkenin esas alındığı çalışmalarda değişkenlerin birbirine etkisinin incelenmesinde kullanıldığını ifade eder.

Çalışma Grubu

Medya okuryazarlığı düzeyinin yalan haber paylaşma eğilimine etkisini belirlemeyi amaçlayan bu çalışmanın örneklem grubunu Gazi Üniversitesi, Erzincan Binalı Yıldırım Üniversitesi, Hacettepe Üniversitesi, Mersin Üniversitesi eğitim fakültelerindeki tesadüfi örnekleme yöntemi ile seçilen 303 öğrenci oluşturmaktadır. Katılımcı öğrencilerin demografik özelliklerine ilişkin bulgular Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. *Demografik Özelliklere İlişkin Dağılımlar*

Değişken	Grup	N	%
Cinsiyet	Erkek	155	51.16
	Kadın	148	48.84
Yaş	18-22	237	78.22
	23-27	54	17.82
	28-32	12	3.96
Üniversite		79	26.07
	EBYÜ	78	25.75
	Gazi Ü	75	24.75
	Hacettepe Ü.	71	23.43
	Mersin Ü.		
Bölüm	Temel Eğitim Bölümü		
	Türkçe ve Sosyal	60	
	Bilimler	70	19.80
	Matematik ve Fen	38	23.10
	Bilimleri	38	12.54
	Yabancı Diller Eğitimi	30	12.54
	Özel Eğitim Bölümü	7	9.90
	Güzel Sanatlar Eğitimi	35	2.31
	Eğitim Bilimleri Bölümü	25	11.55
	BÖTE		8.25
Medya okuryazarlığı dersi aldınız mı?	Evet	170	56.11
	Hayır	133	43.89

Araştırma süreci detaylı biçimde açıklanır. Katılımcıların cinsiyet dağılımı incelendiğinde, %51.16’sının (155 kişi) erkek, %48.84’ünün (148 kişi) kadın olduğu belirlenmiştir. Yaş grupları açısından katılımcıların % 78,22’si (237 kişi) 18-22 yaş aralığında, %17.82’si (54 kişi) 23-27 yaş aralığında ve %3.96’sı (12 kişi) 28-32 yaş aralığında yer almaktadır. Katılımcı öğrencilerin %26.07’si (79 kişi) Erzincan Binalı Yıldırım Üniversitesi (EBYÜ), %25.75’i (78 kişi) Gazi Üniversitesi, 24.75’i (75 kişi) Hacettepe Üniversitesi ve %23.43’ü (71 kişi) Mersin Üniversitesinde eğitim görmektedir. Öğrencilerin %19.80’i (60 kişi) Temel Eğitim Bölümü, %23,10’u (70 kişi) Türkçe ve Sosyal Bilimler Bölümü, %12.54’ü (38 kişi) Matematik ve Fen Bilimleri Eğitimi Bölümü, %12.54’ü (38 kişi) Yabancı Diller Eğitimi Bölümü, %9.90’ı (30 kişi) Özel Eğitim Bölümü, %2.31(7 kişi) Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü, %11.55’i (35 kişi) Eğitim Bilimleri Bölümü ve %8.25’i (25 kişi) Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Bölümündedir (BÖTE). Öğrencilerin medya okuryazarlığı dersi alma durumu incelendiğinde ise katılımcıların %56.11’inin (170 kişi) bu, dersi aldığı, %43.89’unun (133 kişi) ise almadığı tespit edilmiştir.

Veri Toplama Araçları

Bu araştırmanın verileri üç bölümden oluşan anket aracılığıyla toplanmıştır. Anketin birinci bölümünde örneklem grubunun yaşı, cinsiyeti, eğitim aldığı üniversite, okuduğu bölümü ve medya

okuryazarlığı dersi alıp alamama durumlarının sorulduğu 5 soruluk bilgi formundan oluşmaktadır. Anketin ikinci bölümünde Yeles Karaman (2024) tarafından geliştirilen 5'li likert tipinde 4 alt boyuttan oluşan 17 maddelik "Medya Okuryazarlığı Ölçeği" kullanılmıştır. Kullanılan ölçeğin güvenirlik katsayısı Cronbach's $\alpha = .86$ olarak hesaplanmıştır. Anketin üçüncü bölümünde ise yine Yeles Karaman (2024) tarafından geliştirilen 5'li likert tipinde oluşturulan 5 maddelik "Yalan Haber Ölçeği" aracılığıyla toplanmıştır. Kullanılan ölçeğin güvenirlik katsayısı Cronbach's $\alpha = .82$ olarak hesaplanmıştır.

Uygulama

Medya okuryazarlığının yalan haber paylaşma üzerine etkisinin belirlenmesi üzerine hazırlanan bu çalışmada veri toplama araçlarının kullanılabilmesi için Yeles Karaman ile görüşme yapılmış ve gerekli izinler alınmıştır. Ardından çalışmanın verilerini toplamak için Google Forms'ta üç bölümden oluşan anket hazırlanmıştır. ArdındanEtik Kurul Komisyonundan gerekli izinler alınmıştır. Alınan izinler sonrasında eğitim fakültelerindeki öğrencilerle görüşme yapıp gönüllü olanlar ile oluşturulan formun linki paylaşılmıştır. Link aracılığıyla veriler toplanmıştır.

Verilerin Analizi

Bu çalışmada medya okuryazarlığı düzeyinin yalan haber paylaşma üzerine etkisini belirlemek amaçlanmıştır. Bu sebeple araştırmacı tarafından Google Forms aracılığıyla toplanan veriler Excel'e aktarılmıştır. Elde edilen veriler bilgisayarda SPSS (statistical package for social sciences) for Windows 22 programına kaydedilerek analiz edilmiştir. Öncelikle verilerin normal dağılıma uygun olup olmadığı Kolmogorov-Smirnov, basıklık ve çarpıklık değerlerinden yararlanılarak analiz edilmiştir. Daha sonra ikinci alt problem olan "Öğrencilerin cinsiyeti ile medya okuryazarlığı seviyesi arasında nasıl bir ilişki vardır?", üçüncü alt problem olan "Cinsiyeti ile yalan haber paylaşma düzeyleri arasında nasıl bir ilişki vardır?", dördüncü alt problem olan "Medya okuryazarlığım dersi alma durumları ile medya okuryazarlığı düzeyleri arasında ilişki var mıdır?" ve beşinci alt problem olan "Medya okuryazarlığı dersi alma durumları ile yalan haber paylaşma düzeyleri arasında nasıl bir ilişki vardır?" sorularına ilişkin verilerin analiz edilmesinde bağımsız iki grup karşılaştırmasında kullanılan t-testi uygulanmıştır. Birinci alt problem olan "Öğrencilerin medya okuryazarlığı düzeyi ile onların yalan haber paylaşımları arasında nasıl bir ilişki vardır?" sorusuna ilişkin elde edilen verilerin analizine sayısal değişkenler arası ilişkide kullanılan Pearson korelasyon katsayısı ile bakılmıştır. Elde edilen değerlerin anlamlı olup olmadığının yorumlanmasında 0.05 anlamlılık düzeyi ölçüt olarak kullanılmıştır.

BULGULAR ve YORUMLAR

Verilerin Normal Dağılıma Uygunluğuna İlişkin Bulgular

Tablo 2'de verilerin normal dağılıma uygunluğuna ilişkin bulgular yer almaktadır.

	Kolmogorov-Smirnov			Çarpıklık	Basıklık	Cronbach's Alpha
	İstatistik	sd	P			
Bilgi sahibi olmak	0.27	303	0,00	-0,25	-1.85	0.98
Analiz edebilme ve tepki oluşturabilme	0.21	303	0,00	-0,17	-1.80	0.98
Yargılayabilme örtük mesajları görebilme	0.23	303	0,00	-0,17	-1.81	0.97
Medya okuryazarlığı genel	0.24	303	0,00	-0,22	-1.87	0.99
Yalan haber paylaşım ölçeği	0,26	303	0,00	0,20	-1,85	0.98

Kolmogorov-Smirnov testi sonunda anlamlı bulunan değişkenlerde ($p < 0.05$) basıklık ve çarpıklık değerleri ± 2.0 arasında olması (George ve Mallery, 2010, s. 138) değerlerin normal dağılımdan aşırı sapma göstermediği değerlendirilmiş olup hipotez testleri parametrik yöntemlerle gerçekleştirilmiştir. Bilgi Sahibi Olmak ve Analiz Edebilme ve Tepki Oluşturabilme boyutlarının Cronbach's Alpha değerleri 0.98 olarak hesaplanmıştır. Yargılayabilme ve Örtük Mesajları Görebilme boyutunun Cronbach's Alpha değeri 0.97, Medya Okuryazarlığı Genel boyutunun

Cronbach's Alpha değeri 0.99, ve Yalan Haber Paylaşım Ölçeği boyutunun Cronbach's Alpha değeri 0.98 olarak tespit edilmiştir. Bu sonuçlar, tüm boyutların ölçümlerinin oldukça yüksek bir iç tutarlılığa sahip olduğunu göstermektedir.

Öğrencilerin Medya Okuryazarlığı Dersi Alma Durumlarına Göre Medya Okuryazarlığı Düzeyleri ve Yalan Haber Paylaşma Eğilimleri Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgular

Tablo 3'te öğrencilerin medya okuryazarlığı dersi alma durumlarına göre medya okuryazarlık düzeyleri ve yalan haber paylaşma eğilimlerine yönelik bulgular yer almaktadır.

Tablo 3. Ölçek Puanlarının Medya Okuryazarlığı Dersi Alma Durumuna Göre Karşılaştırılmasına Yönelik Bulgular

	Grup	n	$\bar{X} \pm Ss \pm Ss$	t*	sd	p
Bilgi sahibi olmak	Evet	170	5.29±0.41	71.47	301	0.00
	Hayır	133	1.70±0.46			
Analiz edebilme ve tepki oluşturabilme	Evet	170	4.42±0.53	54.46	301	0.00
	Hayır	133	1.40±0.40			
Yargılayabilme örtük mesajları görebilme	Evet	170	4.47±0.53	56.61	301	0.00
	Hayır	133	1.34±0.39			
Medya okuryazarlığı genel	Evet	170	4.48±0.39	71.68	301	0.00
	Hayır	133	1.41±0.35			
Yalan haber paylaşım ölçeği	Evet	170	1.40±0.58	-48.32	301	0.00
	Hayır	133	4.43±0.48			

*t: Bağımsız örneklem t test

Bilgi Sahibi Olmak boyutunda, medya okuryazarlığı dersi almış bireylerin puan ortalaması (5.29±0.41), dersi almamış bireylerin puan ortalamasından (1.70±0.46) istatistiksel olarak anlamlı derecede yüksektir (t: 71.47; p<0.01). Bu sonuç, dersi alan bireylerin bilgi sahibi olma düzeylerinin daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Analiz Edebilme ve Tepki Oluşturabilme boyutunda, dersi almış bireylerin puan ortalaması (4.42±0.53), dersi almamış bireylerin puan ortalamasından (1.40±0.40) istatistiksel olarak anlamlı derecede yüksektir (t: 54.46; p<0.01). Bu bulgu, dersi alan bireylerin analiz yapabilme ve tepki oluşturabilme kapasitelerinin daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Yargılayabilme ve Örtük Mesajları Görebilme boyutunda, dersi almış bireylerin puan ortalaması (4.47±0.53), dersi almamış bireylerin puan ortalamasından (1.34±0.39) istatistiksel olarak anlamlı derecede yüksektir (t: 56.61; p<0.01). Bu durum, dersi almış bireylerin yargılama ve örtük mesajları anlama becerilerinin daha iyi olduğunu ifade etmektedir.

Medya Okuryazarlığı Genel boyutunda, dersi almış bireylerin puan ortalaması (4.48±0.39), dersi almamış bireylerin puan ortalamasından (1.41±0.35) istatistiksel olarak anlamlı derecede yüksektir (t: 71.68; p<0.01). Bu bulgu, dersi alan bireylerin genel medya okuryazarlığı düzeylerinin daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Yalan Haber Paylaşım Ölçeği boyutunda, dersi almamış bireylerin puan ortalaması (4.43±0.48), dersi almış bireylerin puan ortalamasından (1.40±0.58) istatistiksel olarak anlamlı derecede yüksektir (t: -48.32; p<0.01). Bu sonuç, medya okuryazarlığı dersi almamış bireylerin yalan haber paylaşma eğilimlerinin daha yüksek olduğunu ortaya koymaktadır.

Öğrencilerin Cinsiyeti ile Medya Okuryazarlığı Düzeyi ve Yalan Haber Paylaşma Eğilimleri Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgular

Tablo 4'te öğrencilerin cinsiyeti ile medya okuryazarlık düzeyleri ve yalan haber paylaşma eğilimleri arasındaki ilişkiye yönelik bulgular yer almaktadır.

Tablo 4. Ölçek Puanlarının Cinsiyete Göre Karşılaştırılmasına Yönelik Bulgular

	Grup	n	$\bar{X} \pm Ss \pm Ss$	t*	sd	p
Bilgi sahibi olmak	Erkek	155	3.75±1.81	0.39	301	0.70

	Kadın	148	3.67±1.87			
Analiz edebilme ve tepki oluşturabilme	Erkek	155	3.15±1.59	0.69	301	0.49
	Kadın	148	3.03±1.56			
Yargılayabilme örtük mesajları görebilme	Erkek	155	3.14±1.62	0.43	301	0.66
	Kadın	148	3.05±1.64			
Medya okuryazarlığı genel	Erkek	155	3.18±1.57	0.50	301	0.62
	Kadın	148	3.09±1.58			
Yalan haber paylaşım ölçeği	Erkek	155	2.66±1.58	-0.83	301	0.41
	Kadın	148	2.81±1.61			

*t: Bağımsız örneklem t test

Bilgi Sahibi Olmak boyutunda, erkeklerin puan ortalaması (3.75±1.81) ile kadınların puan ortalaması (3.67±1.87) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır (t: 0.39; p>0.05). Bilgi sahibi olmak: Erkeklerin bilgi sahibi olma puanı ortalaması 3.75±1.81, kadınların ise 3.67±1.87 olarak tespit edilmiştir. Ancak bu fark istatistiksel olarak anlamlı değildir (t: 0.39; p>0.05). Bu sonuç, erkek ve kadınların bilgi sahibi olma düzeylerinin benzerlik gösterdiğini ifade etmektedir.

Analiz Edebilme ve Tepki Oluşturabilme boyutunda, erkeklerin puan ortalaması (3.15±1.59) ile kadınların puan ortalaması (3.03±1.56) arasında anlamlı bir fark olmadığı tespit edilmiştir (t: 0.69; p>0.05). Erkeklerin analiz edebilme ve tepki oluşturabilme puanı ortalaması 3.15±1.59, kadınların ise 3.03±1.56 olarak tespit edilmiştir. Ancak bu fark istatistiksel olarak anlamlı değildir (t: 0.69; p>0.05). Bu sonuç, erkek ve kadınların analiz edebilme ve tepki oluşturabilme düzeylerinin benzerlik gösterdiğini ifade etmektedir.

Yargılayabilme ve Örtük Mesajları Görebilme boyutunda, erkeklerin puan ortalaması (3.14±1.62) ile kadınların puan ortalaması (3.05±1.64) arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır (t: 0.43; p>0.05). Erkeklerin yargılayabilme ve örtük mesajları görebilme puanı ortalaması 3.14±1.62, kadınların ise 3.05±1.64 olarak tespit edilmiştir. Ancak bu fark istatistiksel olarak anlamlı değildir (t: 0.43; p>0.05). Bu sonuç, erkek ve kadınların yargılayabilme ve örtük mesajları görebilme düzeylerinin benzerlik gösterdiğini ifade etmektedir.

Medya Okuryazarlığı Genel boyutunda, erkeklerin puan ortalaması (3.18±1.57) ile kadınların puan ortalaması (3.09±1.58) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır (t: 0.50; p>0.05). Erkeklerin medya okuryazarlığı genel puanı ortalaması 3.18±1.57, kadınların ise 3.09±1.58 olarak tespit edilmiştir. Ancak bu fark istatistiksel olarak anlamlı değildir (t: 0.50; p>0.05). Bu sonuç, erkek ve kadınların medya okuryazarlığı genel düzeylerinin benzerlik gösterdiğini ifade etmektedir.

Öğrencilerin Medya Okuryazarlık Düzeyi ile Onların Yalan Haber Paylaşma Eğilimleri Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgular

Tablo 5'te öğrencilerin medya okuryazarlık düzeyi ile onların yalan haber paylaşma eğilimleri arasındaki ilişkiye yönelik bulgular yer almaktadır.

Tablo 5. Yalan Haber Paylaşım Ölçeği ile Medya Okuryazarlığı Puanları Arası İlişkiye Yönelik Bulgular

		Bilgi sahibi olmak	Analiz edebilme ve tepki oluşturabilme	Yargılayabilme örtük mesajları görebilme	Medya okuryazarlığı genel	Yalan haber paylaşım ölçeği
Bilgi sahibi olmak	r	1	.969**	.968**	.992**	-.948**
	p		.000	.000	.000	.000
Analiz edebilme ve tepki oluşturabilme	r		1	.968**	.988**	-.928**
	p			.000	.000	.000
Yargılayabilme örtük mesajları	r			1	.986**	-.934**
	p				.000	.000

görebilme			
Medya	r*	1	-.948**
okuryazarlığı genel	p		.000
Yalan haber	r		1
paylaşım ölçeği	p		

r: Pearson korelasyon katsayısı

Yalan Haber Paylaşım Ölçeği boyutunda ise erkeklerin puan ortalaması (2.66 ± 1.58) ile kadınların puan ortalaması (2.81 ± 1.61) arasında anlamlı bir fark olmadığı belirlenmiştir (t: -0.83; $p > 0.05$). Erkeklerin yalan haber paylaşım ölçeği puanı ortalaması 2.66 ± 1.58 , kadınların ise 2.81 ± 1.61 olarak tespit edilmiştir. Ancak bu fark istatistiksel olarak anlamlı değildir (t: -0.83; $p > 0.05$). Bu sonuç, erkek ve kadınların yalan haber paylaşım düzeylerinin benzerlik gösterdiğini ifade etmektedir. Yalan haber paylaşım puanları ile Bilgi sahibi olmak, Analiz edebilme ve tepki oluşturabilme, Yargılayabilme örtük mesajları görebilme ve Medya okuryazarlığı genel puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı negatif yönde kuvvetli düzeyde ilişki saptanmıştır (Sırasıyla r: -0.948 r:-0.928 r:-0.934 r:-0.948; $p < 0.05$). Bu bulgular, bireylerin bilgi düzeyleri, analiz yapabilme ve eleştirel düşünme becerileri ile medya okuryazarlığı yeterlilikleri yükseldikçe, yalan haber paylaşma eğilimlerinin önemli ölçüde azaldığını göstermektedir. Özellikle korelasyon katsayılarının -0.9 üzerinde olması, bu değişkenler arasında güçlü bir negatif ilişki olduğunu ifade etmektedir. Sonuç olarak, medya okuryazarlığı becerilerinin geliştirilmesi ve eleştirel düşüncenin desteklenmesi, yalan haberlerin yayılmasını önlemek için etkili bir yaklaşım olarak değerlendirilebilir.

TARTIŞMA / SONUÇ ve ÖNERİLER

Bu çalışma, eğitim fakültelerindeki öğrencilerin medya okuryazarlık düzeyleri ile onların yalan haber paylaşma eğilimleri arasındaki ilişkiyi ortaya koymak amacıyla hazırlanmıştır. Bu amaca yönelik olarak öğrencilerin medya okuryazarlık düzeylerinin belirlemek için 4 alt boyuttan oluşan 5'li likert tipinde 17 maddelik "Medya Okuryazarlığı Ölçeği" kullanılmıştır. Ayrıca öğrencilerin yalan haber paylaşma eğilimlerini tespit etmek için 5'li likert tipinde oluşturulan 5 maddelik "Yalan Haber Ölçeği" kullanılmıştır. Elde edilen verilerin iç tutarlılığı Kolmogorov-Smirnov, basıklık ve çarpıklık değerlerinden yararlanılarak hesaplanmıştır. Öğrencilerin medya okuryazarlığı düzeyi ve yalan haber paylaşma eğilimleri ile cinsiyet ve medya okuryazarlığı dersi alma durumuna göre karşılaştırma için t-testi kullanılmıştır. Ölçek puanları arası ilişkiye Pearson korelasyon katsayısı ile bakılmıştır.

Eğitim fakültesi öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeylerinin onların yalan haber paylaşma eğilimine etkisinin belirlenmesine yönelik hazırlanan bu çalışmada öğrencilerin cinsiyeti ile onların yalan haber paylaşma eğilimleri ve medya okuryazarlık düzeyleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Yapılan inceleme sonucunda öğrencilerin kadın ya da erkek olmasının onların medya okuryazarlığı ve yalan haber paylaşma eğilimleri arasında anlamlı bir fark olmadığı tespit edilmiştir. Literatüre bakıldığında yalan haber paylaşma ve medya okuryazarlık düzeyinin belirlenmesinde cinsiyet değişkeninin etkili olup olmadığına yönelik farklı sonuçlar mevcuttur. Bazı çalışmalarda kadın ve erkek arasında medya okuryazarlığı ve yalan haber paylaşma ile ilgili anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilirken bazı çalışmalarda ise kadın ve erkekler arasında anlamlı farklılıklar olduğu ortaya konulmuştur. Olkun ve Balcı (2024), üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ile ilgili yaptıkları çalışmalarında, yalan haber paylaşma eğiliminin cinsiyete göre farklılık göstermediğini ortaya koymuşlardır. Öztay ve Öztay (2021) da öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeyi ile ilgili hazırladıkları çalışmalarında öğretmen adaylarının cinsiyeti ile medya okuryazarlık düzeyleri arasında anlamlı bir fark olmadığını ifade etmiştir. Çakmak (2019) da benzer sonuçları ortaya koyarak öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeylerinin cinsiyete göre farklılık göstermediğini ifade etmiştir. Bu çalışmaların aksine Çeliköz ve Çeliköz (2018) eğitim fakültesindeki öğrencilerin medya okuryazarlık düzeylerini belirlemeye yönelik yaptıkları çalışmalarında öğrencilerin medya okuryazarlık düzeylerinin yüksek olduğunu ve cinsiyet değişkeninin öğrencilerin medya okuryazarlık düzeylerini etkilediğini ifade etmişlerdir. Yaptıkları çalışmayla erkek öğrencilerin medya okuryazarlık düzeyinin kız öğrencilerden daha yüksek

olduğunu ortaya koymuşlardır. Uslu, Yazıcı ve Çetin (2016) de erkek öğrencilerin medya okuryazarlık düzeylerinin kadın öğrencilerden daha yüksek olduğunu ortaya koymuşlardır.

Eğitim fakültesi öğrencilerinin medya okuryazarlığı dersi alma durumlarının yalan haber paylaşma eğilimi üzerine etkisi ile ilgili yapılan analiz sonucunda, medya okuryazarlığı dersi alan öğrencilerin yalan haber paylaşma eğilimlerinin çok düşük olduğu tespit edilmiştir. Eğitim fakültesi öğrencilerinin medya okuryazarlığı dersi alma durumlarının onların medya okuryazarlığı düzeyine etkisi ile ilgili yapılan analiz sonucunda, bu dersi alan bireylerin bilgi sahibi olma düzeylerinin, analiz yapabilme ve tepki oluşturabilme kapasitelerinin, yargılama ve örtük mesajları anlama becerilerinin ve genel medya okuryazarlığı düzeylerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda medya okuryazarlığı dersi alan öğrencilerin medyaya karşı daha bilinçli olduğu ve medya okuryazarlığı düzeylerinin dersi almayan öğrencilere oranlara daha yüksek olduğu söylenebilir. Ayrıca medya okuryazarlığı dersi alan öğrencilerin bilinçli birer medya okuryazarı olmalarından dolayı karşılaştıkları yalan, yanıltıcı ya da sahte haberleri paylaşma oranlarının azaldığı söylenebilir. Medya okuryazarı bireylerinin sayısındaki artış dezenformasyonla mücadelede önemli bir rol oynayabilir. Zira bireyler karşılarına çıkan haberleri sorgulayarak, doğru kaynaklardan haberin içeriğine ulaşarak ve eleştirel gözle medya mesajlarına bakarak içerik üreticilerinin ulaşmak istedikleri nihai hedefi görebilirler. Böylece sosyal medya üzerinden de yapılmaya çalışılan bilgi kirliliğinin de önüne geçilebilir.

Çalışmanın sonunda medya okuryazarlık düzeyi ile yalan haber paylaşma eğilimi arasında negatif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bir başka ifade ile medya okuryazarlık düzeyi arttıkça yalan haber paylaşma eğilimi azalmaktadır. Yalan haberin en çok ve en hızlı üretildiği alanlar dijital tabanlı medya ortamlarıdır. Dijital medya ortamlarında ise en çok yalan haber üretilen platform sosyal medya hesaplarıdır (Akyüz, vd., 2021, s.220). Literatüre bakıldığında yalan haber paylaşma eğiliminin sosyal medya kullanan bireylerde daha yüksek olduğu görülmektedir. Sosyal medyanın kullanım sıklığının artması, haberlerin sosyal medya aracılığıyla maliyetsiz ve hızla bir şekilde yayılması yalan haber paylaşım oranını da arttırmaktadır (Orkun ve Balcı, 2024, s. 30; Apuke ve Omar, 2021, s.2; Balcı ve Yeles Karaman, 2023, s.758). İnsanların sosyal medyada gördükleri haberlere inanma eğilimleri vardır. Çünkü haberlerde sunulan içerikler insanların ilgisini çekmek ve haberin içeriğine inandırmak adına yalan haber üretim yöntemleriyle oluşturulmaktadırlar. Günümüzdeki medyanın zararlı etkilerine karşı medyayı doğru okuyabilen, anlamlandırabilen, analiz edip değerlendirilebilen bireyler yetiştirmek gerekmektedir. Yalan haberlere karşı bireylerin bilinçli olabilmesi dezenformasyonla mücadele edilebilmesi için bilgiye ulaşma yollarını bilen ve eleştirel düşünebilen bireyler yetiştirmek gerekmektedir. Türkiye'nin 21. yüzyıl eğitim anlayışı kapsamında 2024 yılında eğitim programı değiştirilmiş ve Türkiye Yüzyılı Maarif Modeli ortaya konulmuştur. Bu öğretim modelinde öğrencilerin bilgiyi edinmesi değil aynı zamanda edindikleri bilgiyi nasıl yorumlayacakları ve bağlamlar kapsamında nasıl kullanacaklarının yol haritasını belirlemek amacıyla farklı okuryazarlık türleri müfredatta yerini almıştır. Elbette ki bu okuryazarlık becerilerinin kazandırılması noktasında ailelere de büyük görevler düşmektedir. Ailenin bu rolü eğitim programı hazırlayıcıları tarafından göz ardı edilmemiş ve aileleri bilgilendirmek amacıyla öğretim programları ile ilgili detaylı bir şekilde veli kılavuzları hazırlanmış ve velilerle paylaşılmıştır. Veli ile iş birliği yapmak bilinçli bireylerin yetiştirilmesine katkı sağlayacaktır. Bu bağlamda her ne kadar programın hazırlanma sürecinde hedefler ortaya konulmuşsa da bu programın nihai hedefe ulaşmasında en etkin rolü, programı uygulayacak olan öğretmenler oynamaktır. Bu sebeple eğitim fakültelerinde öğretmen yetiştirilirken onların hem eleştirel düşünme hem bilgiyi doğru okuma hem de medyaya karşı bilinci olma noktasında eğitim almaları sürdürülebilirlik açısından önemlidir. Çünkü öğretmen adayı edindiği bilgileri sahada uygulayacak ve yeni nesillerin medyayı doğru algılayabilmesine katkı sağlayacaktır. Burada görev eğitim fakültelerine düşmektedir (Tekin ve Erdoğan, 2020, s.146; Öztay ve Öztay, 2021, s.609). Eğitim fakültelerinde medya okuryazarlığı öğretmen adayları için seçmeli ders olarak verilmektedir. Öğretmen yetiştiren fakültelerde medya okuryazarlığı dersinin seçmeli ders kategorisinden zorunlu ders kategorisine alınması ve ayrıca programlara eleştirel düşünme becerilerini geliştirebilecek dersler eklenmelidir. Çünkü bir öğretmen adayının medyayı doğru okuma becerisi kazanması ve öğretmenliğe başlarken bir medya okuryazarı olması binlerce öğrencinin medyaya karşı bilinçlendirilmesinde doğrudan katkı sağlayacaktır. Bir başka ifadeyle

medya okuryazarı olarak yetişen öğretmenler sahada görev yaparken sınıflarındaki öğrencilerin de medya okuryazarlığı konusunda bilinçli olmalarını sağlayacaktır. Bir başka ifadeyle öğretmenlerin eleştirel düşünme ve medya okuryazarlık becerilerinin geliştirilmesi nihai hedef olarak 21. yüzyıl eğitim anlayışına uygun bireylerin yetiştirilmesine katkı sağlayacaktır. Elbette bilinçli bireylerin yetişmesinde aile faktörü yadsınamaz olduğunu ifade etmiştik. Zira bilinçli aileler, bilinçli bireylerin yetişmesini sağlar. Potter (1998) ve Masterman (2001) literatürde medya okuryazarlığının ayrılmaz bir bütün olduğu, okul öncesi dönemden başlayarak hayat boyu kesintisiz bir şekilde devam etmesi gerektiğini vurgulanmaktadır. Bu bağlamda ilköğretim ve ortaöğretim medya okuryazarlığı dersi kapsamında aile katılımlı etkinliklerin artırılması, ailelerin kontrollü ve bilinçli medya kullanımına karşı farkındalık kazanmalarını sağlayacaktır. Burada görev yine programı uygulayacak öğretmenlere düşmektedir.

Hazırlanan bu çalışmanın sonuçları Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi, Gazi Üniversitesi, Mersin Üniversitesi ve Hacettepe Üniversitesinde eğitim gören 303 öğretmen adayının ölçek sorularına verdiği cevaplar ile sınırlıdır. Medya okuryazarlık düzeyinin öğrencilerin yalan haber paylaşma eğilimi üzerine etkisini belirlemeye yönelik hazırlanan bu çalışma literatürdeki ilktir. Bu çalışmanın temelini, medya okuryazarlık düzeyi ve medya okuryazarlık dersi alma durumlarına ilişkin değişkenlerin yalan haber paylaşma eğilimine etkisini incelemek oluşturmuştur. Ancak gelecekteki çalışmalarda, medyada yalan haberin önüne geçilebilmek için bireylerin yalan haber paylaşma eğilimine sebep olan değişkenlerin neler olduğu üzerine inceleme yapılabilir.

Ek Bilgi

Yazar Katkı Oranı

Bu çalışma tek yazarlıdır.

Etik Kurul Beyanı

Bu çalışma Gazi Üniversitesi Rektörlüğü Etik Kurulunda (Protokol No 2024-1833) tarihli 26.11.2024 toplantısında alınan onay kararı ile yürütülmüştür.

Çatışma Beyanı

Çalışma kapsamında herhangi bir kişi, kurum veya kuruluşlar ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

KAYNAKLAR

- Aksu Bektaş, Y., ve Alver, M. (2020). Medya Okuryazarlığı Dersine İlişkin Öğrenci Tutumları ile Öğretmen ve Öğretmen Adayı Görüşlerinin Değerlendirilmesi. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 16(3), 546-572. <https://doi.org/10.17860/mersinefd.793624>
- Akyüz, S. S., Kazaz, M., ve Gülnar, B. (2021). İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Sahte/Yalan Haberlerle İlgili Görüşlerine Yönelik Betimleyici Bir Çalışma. *Selçuk İletişim*, 14(1), 216-239. <https://doi.org/10.18094/josc.778359>
- Altun, A. (2014). Medya Okur Yazarlığı Eğitimine Yönelik Türkçe Yayınlar: Bir Bibliyografya Denemesi. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 4(9), 5-15. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/273659>
- Apuke, O. D., ve Omar, B. (2021). Fake news and COVID-19: modelling the predictors of fake news sharing among social media users. *Telematics and Informatics*, 56, 101475. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101475>
- Arat, S. Ü. (2022). Pandemi sürecinde katılımcı kültür ve dezenformasyon. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 8(2), 324-338. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/2237234>
- Arkan, Z. N. (2022). Hakikat sonrası çağda yalan haber üzerinden söylem analizi: Twitter örneği. [Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi.
- Asrak Hasdemir, T. (2014). Gelenekselden yeni medya okuryazarlığına: Türkiye örneğinde bir değerlendirme. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 23-40. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/86050>

- Aşlalcı, F. (2022). Sosyal medya’da gösteri ve dijital dezenformasyon üzerine bir değerlendirme. *International Journal of Communication and Media Research*, 2(2), 88-99. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/2525058>
- Avşar, Z. (2013). Medya okuryazarlığı. *İletişim ve Diplomasi* (2), 5-17. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/2154667>
- Bağlı, T. M. (2004). Medya okuryazarlığı hareketinde yedi büyük tartışma. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 37(1), 122-140. https://doi.org/10.1501/Egifak_0000000090
- Bal, E. D. (2020). Medya okuryazarlığından dijital okuryazarlığa. *Dijital kültür ve sosyal medya* (ss. 1-23). Atatürk Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayınları.
- Balcı, Ş. ve Yeles Karaman, S. (2023). Sosyal medya kullanım motivasyonlarının yalan haber paylaşımı üzerindeki etkileri: konya’daki üniversite gençliği araştırması. *Erciyes İletişim Dergisi*, 10(2), 749-775 <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.1189483>
- Bayer, H., ve Bulut Özek, M. (2021). Yeni medya eğitimi ve önemi. *İletişim Bilimi Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 127-138. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1857422>
- Bilici, E. İ. (2014). *Medya okuryazarlığı ve eğitimi*. Nobel Akademik Yayıncılık.
- Creswell, J. D. (2017). Mindfulness interventions. *Annual Review of Psychology*, 68(1), 491-516, <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-042716-051139>
- Çakmak, E., ve Altun, A. (2013). İlköğretim Türkçe dersi öğretim programında medya okuryazarlığı eğitimi. *Eğitimde Kuram ve Uygulama*, 9(2), 152-170. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/63351>
- Çakmak, E. E. (2019). Öğretmenlerin medya okuryazarlık düzeylerinin incelenmesi. *Sınırsız Eğitim ve Araştırma Dergisi*, 4 (3), 300-316. <http://doi.org/10.29250/sead.626507>
- Çeliköz, N., ve Çeliköz, M. (2018). Öğretmen adaylarının medya ve televizyon okuryazarlık düzeyleri. *Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi (IBAD)*, 3(1), 262-274. <https://doi.org/10.21733/ibad.399539>
- Çifci, M., ve Kaplan, K. (2020). Propaganda Özelinde Görsel Olanı Eleştirel Okumak. *Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim Dergisi*, 1(9), 316-335. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1025430>
- Darı, A. B., ve Yalçın, D. (2022). Türkiye’de medya okuryazarlığı konusunda yapılmış olan lisansüstü tez çalışmaları üzerine bir araştırma. *Anadolu Akademi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(2), 366-382. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/2693289>
- Dolanbay, H. (2023). A descriptive study on media literacy course problems: social studies and turkish teachers’ understandings. *Batı Anadolu Eğitim Bilimleri Dergisi*, 14(2), 928-948. <https://doi.org/10.51460/baebd.1274134>
- George, D. ve Mallery, M. (2010). SPSS for windows step by step: a simple guide and reference, 17.0 update. Pearson
- Görmez, E. (2015). Etkili medya okuryazarlığı eğitimi ve uygulamalarından örnekler. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(1), 93-111. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/41808>
- Gün, M., ve Kaya, İ. (2017). Seçmeli medya okuryazarlığı dersi uygulamasının öğrencilere katkıları üzerine bir değerlendirme. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(2), 119-132. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/389870>
- Ilgın, H. (2021). Sosyal medyada dezenformasyon ve halkla ilişkiler ilişkisi. *İletişim Çalışmaları Dergisi*, 7(2), 303-322. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1517481>
- Karaduman, S. (2019). Yeni medya okuryazarlığı: yeni beceriler/olanaklar/riskler. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(1), 683-700. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.484193>
- Karaman, K., Karataş, A. ve Özgür, A. (2014). Öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeyleri ile eleştirel düşünme eğilimleri üzerine bir çalışma. *Akademik Bilişim’14 - XVI. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri*, 5 - 7 Şubat, Mersin Üniversitesi.
- Kaya Güler, E. (2023). Medya okuryazarlığının temel konu ve kavramları. *21. Yüzyılda Okuryazarlık ve İletişim* (ss. 100-119). B. A. Varol (Edt.) Literatürk Academia Yayınları.
- Kıran, Ö. (2020). Temel yaklaşımlar açısından medya okuryazarlığı eğitimi. *Ondokuz Mayıs University Journal of Education Faculty*, 39 (3 100. Yıl Eğitim Sempozyumu Özel Sayı), 233-248. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1120016>

- Kurudayıoğlu M. ve Tüzel A. (2014). Medya okuryazarlığı. (A. Güzel ve H. Karatay, Edt.), *Türkçe öğretimi el kitabı* (ss. 427-450). Pegem Akademi.
- Kutoğlu, Ü. (2006). Medya okuryazarlığı ve çocuk eğitimi. (N. Türkoğlu, Edt.), *Medya okuryazarlığı* (ss. 62-71). Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını.
- Masterman, L. (2001). A rationale for media education. R. Kubey (Edt.), *Media literacy in the information age: Information & behavior* (ss. 50-61). Transaction Publishers.
- Nalbantoğlu, E. M. (2022). *Dijital ortamda yayınlanan yalan haberin, kişilere ve markalara olan etkisi*. [Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Bilgi Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi.
- Olkun, E. O., ve Balcı, Ş. (2024). Üniversite Öğrencileri Arasında Gelişmeleri Kaçırma Korkusu (FoMO) ile Yalan Haber Paylaşımı Arasındaki İlişkide Sosyal Medya Kullanımının Aracılık Rolü. *Yükseköğretim Dergisi*, 14(2), 23-36. <https://doi.org/10.53478/yuksekogretim.1277063>
- Öncel Taşkıran, N. (2017). *Medya okuryazarlığına giriş*. Umuttepe Yayınları.
- Özdemir, M. (2017). Medya okuryazarlığı. *Ankara Üniversitesi İlef Dergisi*, 4(2), 123-136. <http://ilefdergisi.ankara.edu.tr/tr/download/article-file/379073>
- Özonur, D., ve Özalpman, D. (2009). Türkiye’de Medya Okuryazarlığı Projesi Üzerine Bir Değerlendirme. *Marmara İletişim Dergisi*(15). <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/233514>
- Öztay, O. H., ve Öztay, E. S. (2021). Küresel iletişim çağında öğretmen adaylarının medya okuryazarlık ve eleştirel düşünme düzeylerinin incelenmesi. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 11(3), 600-612. <https://doi.org/10.5961/higheredusci.1007603>
- Posos Devrani, A. E. (2020). Yeni medya okuryazarlığının eğitim sistemindeki yeri: ilkökul ve ortaokul öğretmenlerinin yaklaşımı. *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya ve İletişim Araştırmaları Hakemli E-Dergisi*(6), 23-38. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1081235>
- Potter, William James (1998). *Media literacy*. Sage Publications.
- Potur, Ö. (2023). Medya Okuryazarlığı ve Türkçe Öğretimi. *Korkut Ata Türkiyat Araştırmaları Dergisi*(11), 775-797. <https://doi.org/10.51531/korkutataturkiyat.1302735>
- Sezgin, A. A., ve Ünal, S. (2022). Sosyal medya okuryazarlığı çerçevesindeki yeni kavramlar üzerine bir haritalandırma çalışması. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi, 12(Dijitalleşme), 93-107. <https://doi.org/10.30783/nevsosbilen.1121223>
- Şentöregil, M. (2024). *Hakikat- sonrası çağda yanlış bilgiyle mücadele: göçmenlere yönelik yalan haberler üzerine bir analiz*. [Doktora Tezi, Eskişehir Anadolu Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi.
- Tekin, H., ve Işıkoğlu Erdoğan, N. (2020). Okul Öncesi Öğretmenlerinin ve Öğretmen Adaylarının Medya Okuryazarlığı Algıları ile Medya Alışkanlıklarının İncelenmesi. *Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(15), 130-151. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1156342>
- Uluk, M. (2018). *Yeni medyada 'Yalan haber' ve hakikat sonrası çağ: Doğrulama platformu olarak Teyit.org örneği üzerine bir inceleme*. [Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi.
- Uslu, S., Yazıcı, K., ve Çetin, M. (2016). Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeyleri. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 23, 756-778. <https://doi.org/10.14520/adyusbd.31201>
- Yanmıyan, S. (2021). Yeni medya ve iletişim çalışmalarının etik teoriler ve yönetim bağlamında değerlendirilmesi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(3), 871-888. <https://doi.org/10.18037/ausbd.1001699>
- Yeles Karaman, S. (2024). *Yalan haber ve medya okuryazarlığı: Medya okuryazarlığının medya önyargıları üzerindeki etkileri*. [Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi.
- Yıldırım, Ş. (2018). Türkçe ve sosyal bilgiler öğretmenlerinin medya okuryazarlığı eğitimi yeterlikleri ve bu yeterliklerinin bazı değişkenlerle ilişkisi. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(41), 165-182. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/659056>
- Wardle, C. (2017, Şubat 17). A Medium Corporation (US). First Draft: <https://medium.com/1stdraft/fake-news-its-complicated-d0f773766c79> adresinden alındı

Extended Abstract

Today, communication methods have changed, printed newspapers, magazines and televisions have been replaced by websites, news websites, e-magazines and social media. The ways to access the information to be obtained have also become easier. While people used to go to libraries to get information in the traditional system, they now carry their libraries in their pockets. When the meaning of a word was unknown, dictionaries were used, but now the meaning of the unknown word is learned through internet search engines. The visuals, shared content and videos presented through the media have started to play a role in determining people's lists of needs. . It is considered as the best news channel that delivers news the fastest in the media. A news that is wanted to be delivered to its audience can be served to the whole world at the same time with the help of a button via social media or a website without having to travel long distances. Fake news is one of the most important problems of our day. Fake news is content created to deceive, mislead and manipulate the readership by camouflaging the truth. The concept of disinformation explains the deliberate distortion of a news item and the intentional and deliberate aim of misleading people, while the unintentional misleading of people due to incomplete information is explained by the concept of misinformation. While there is an ulterior motive in disinformation, there is no ulterior motive in misinformation. In order to increase the credibility of a fake news item served for manipulation purposes, it is supported with visuals, the title of the news is written in colors to attract attention, videos and photos of reliable people are edited or the logos of official institutions are imitated. The way to prevent manipulations and combat disinformation is to raise individuals who can read the media and are conscious of the media. In this context, media literacy emerges. Media literacy, which is created by combining the concepts of media and literacy, is the ability and training of individuals to correctly perceive the messages given in the media and to understand and evaluate the implicit meanings underlying texts, images, videos and posts. Media literate individuals are those who can use the media for their own purposes, question the information they obtain and investigate its accuracy, know that the media has an impact on individuals, understand that there are implicit meanings underlying media messages, know that the media has its own language, use it as a source to understand other cultures, look at the media with a critical approach, and pay attention to ethical rules. No study has been found in the literature to determine whether the media literacy level of students has an effect on sharing fake news. In this context, the aim of the study is to determine the effect of the media literacy level of students on their tendency to share fake news. For this purpose, the research was designed around the question "Does the media literacy level of students have an effect on their tendency to share fake news?" The results of this first study conducted in the literature to determine the effect of the media literacy level of education faculty students on the tendency to share fake news will reveal whether students taking a media literacy course play an important role in the fight against fake news. In addition, the results of the study will provide data to institutions and organizations in terms of media literacy courses, teachers and program producers who are responsible for raising individuals in line with the 21st century education approach. This study, which aims to determine the effect of the media literacy level of education faculty students on their tendency to share fake news, is quantitative research. Since this study aims to convey the relationship between the tendency to share fake news and the media literacy levels of education faculty students as is, the relational screening model was used. The sample group of this study, which aims to determine the effect of media literacy level on the tendency to share fake news, consists of 303 students selected by random sampling method from the education faculties of Gazi University, Erzincan Binali Yıldırım University, Hacettepe University, and Mersin University. When the gender distribution of the participants is examined, it is determined that 51.16% (155 people) are male, 48.84% (148 people) are female. In terms of age groups, 78.22% (237 people) of the participants are in the 18-22 age range, 17.82% (54 people) are in the 23-27 age range, and 3.96% (12 people) are in the 28-32 age range. Of the participating students, 26.07% (79 people) are studying at Erzincan Binali Yıldırım University (EBYU), 25.75% (78 people) are studying at Gazi University, 24.75% (75 people) are studying at Hacettepe University, and 23.43% (71 people) are studying at Mersin University. 19.80% (60 people) of the students are in the Department of Basic Education, 23.10% (70 people) are in the Department of Turkish and Social Sciences, 12.54% (38 people) are in the Department of Mathematics and Science Education, 12.54% (38 people) are in the Department of Foreign Language Education, 9.90% (30 people) are in the Department of Special Education, 2.31% (7 people) are in the Department of Fine Arts Education, 11.55% (35 people) are in the Department of Educational Sciences, and 8.25% (25 people) are in the Department of Computer and Educational Technologies (BOTE). When the status of students taking a media literacy course was examined, it was determined that 56.11% (170 people) of the participants took this course, while 43.89% (133 people) did not. The data of this study was collected through a three-part survey. The first part of the survey consisted of a three-question information form asking the age, gender and whether the sample group took a media literacy course. In order to use the data collection tools in this study prepared to determine the effect of media literacy on sharing fake news, an interview was conducted with Yeles Karaman and the necessary permissions were obtained. Then, a three-part survey was prepared in Google Forms to collect the data of the study. The data collected through Google Forms was transferred to

Excel. The obtained data was recorded on the computer using the SPSS (statistical package for social sciences) for Windows 22 program and analyzed. As a result of the examination, it was determined that there was no significant difference between the media literacy and the tendency of students to share fake news whether they were female or male. When the literature is examined, there are different results on whether the gender variable is effective in determining the level of sharing fake news and media literacy. While some studies have found that there is no significant difference between women and men in terms of media literacy and sharing fake news, some studies have shown that there are significant differences between women and men. As a result of the analysis conducted on the effect of the media literacy course of education faculty students on the tendency to share fake news, it has been determined that the tendency of students taking media literacy course to share fake news is very low. As a result of the analysis conducted on the effect of the media literacy course of education faculty students on their media literacy level, it has been determined that the individuals taking this course have higher levels of knowledge, capacity to analyze and create reactions, judgment and understanding implicit messages, and general media literacy levels. In this context, it can be said that students taking media literacy course are more conscious of the media and their media literacy levels are higher compared to students who do not take the course. In addition, it can be said that students taking media literacy courses have decreased their rate of sharing false, misleading or fake news due to their conscious media literacy. The increase in the number of media literate individuals can play an important role in the fight against disinformation. Because individuals can question the news they encounter, access the content of the news from accurate sources and look at media messages with a critical eye, and see the ultimate goal that content producers want to achieve. In this way, information pollution, which is also attempted to be done through social media, can be prevented. At the end of the study, it was determined that there is a negative relationship between the level of media literacy and the tendency to share fake news. In other words, as the level of media literacy increases, the tendency to share fake news decreases.