



Yeni Medya Okuryazarlığı: Spor Bilimleri Fakültesi Öğrencilerine Yönelik Bir Uygulama

Ali Gürel GÖKSEL¹, Çağdaş CAZ²

¹Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, Muğla, TÜRKİYE
<https://orcid.org/0000-0002-3873-1322>

²Yozgat Bozok Üniversitesi, Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu, Yozgat, TÜRKİYE
<https://orcid.org/0000-0003-0262-6114>

Email: gurelgoksel@gmail.com, cagdas.caz@bozok.edu.tr

Türü: Araştırma Makalesi (Alındı: 18.09.2020 - Kabul: 14.11.2020)

Öz

Araştırmanın amacı, yeni medyayı aktif olarak kullanan üniversite öğrencilerinin yeni medya okuryazarlık durumlarının incelenmesidir. Araştırmanın örneklem grubunu Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi'nde okuyan ve araştırmaya gönüllü olarak dahil olan 335 (114 kadın, 211 erkek) öğrenci oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplama aracı olarak Koç ve Barut (2016) tarafından geliştirilen “Yeni Medya Okuryazarlık Ölçeği” ve araştırmacılar tarafından oluşturulan “Kişisel Bilgi Formu” kullanılmıştır. Araştırmacılar tarafından elde edilen verilerin analizinde katılımcıların bağımsız gruplar t-testi ve tekyönlü varyans analizi (ANOVA) uygulanmıştır. Tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda ortaya çıkan istatistiksel farkın hangi gruplardan kaynakladığını belirlemek amacıyla Tukey çoklu karşılaştırma testi uygulanmıştır. Araştırma sonucunda Spor Bilimleri Fakültesi öğrencilerinin yeni medya okuryazarlık düzeylerinin yüksek olduğu belirlenmiştir. Ayrıca, çalışma kapsamında cinsiyet, yaş, öğrenim görülen bölüm, sahip olunan yeni medya sayısı ve sahte medya hesap kullanma durumu değişkenleri değerlendirilmiştir. Yeni medya okuryazarlığının fonksiyonel tüketim, eleştirel tüketim, fonksiyonel üretim, eleştirel üretim alt boyutlarında bu değişkenler üzerinde istatistiksel olarak anlamlı farklılık oluşturduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Sözcükler: Yeni Medya, Okuryazarlık, Üniversite Öğrencileri, Spor Bilimleri.



New Media Literacy: A Practice for the Faculty of Sport Sciences Students

Abstract

The aim of the study is to examine the new media literacy status of university students who actively use new media. The sample of the study consists of 335 (114 female, 211 male) students who study at Muğla Sıtkı Koçman University Faculty of Sports Sciences and voluntarily participate in the study. The "New Media Literacy Scale" developed by Koç and Barut (2016) and the "Personal Information Form" created by the researchers were used as data collection tools in the study. Independent groups t-test and one-way analysis of variance (ANOVA) were used in the analysis of the data obtained. Tukey multiple comparison test was applied in order to determine from which groups the statistical difference emerged as a result of one-way analysis of variance (ANOVA). As a result of the research, it was determined that the students of the Faculty of Sports Sciences have high levels of new media literacy. In addition, within the scope of the study, gender, age, department of education, the number of new media owned, and status of using fake media accounts were evaluated. It has been determined that new media literacy creates a statistically significant difference in these variables.

Keywords: New Media, Literacy, University Students, Sports Sciences.



Giriş

Medya kullanımı ile birlikte toplumsal birçok etki meydana gelmiştir. Potter (2010) bu etkiler arasında insanların sosyalleşmesi, haber alma kanallarının çeşitlenmesi gibi etmenler rol almaktadığını belirtmektedir. Göksel ve arkadaşlarına (2016) göre iletişim ve medya hayatın neredeyse her alanını etkilemeye devam etmektedir. Bugünün iletişim olanakları göz önüne alınacak olursa küresel anlamda çok büyük bir iletişim ve haberleşme imkânının ortaya çıktığı görülür (Soylemez, 2014: 99). İletişim, insanların çevreye uyum sağlaması için gerekli olan en önemli unsurların başında yer almaktadır ve bunu gerçekleştirmek için bireyler çeşitli kitle iletişim araçlarından faydalanmak durumundadır (Ozkan, Dalli, Bingol, Metin & Yarali, 2014: 441). Günlük yaşantımızda çokça kullandığımız bilgisayar, cep telefonları, oyun konsolları başka ifadeyle dijital teknolojiler yeni medya başlığı altında toplanmaktadır. Yeni medyanın geleneksel medyadan ayrılan temel özellikleri ise etkileşimli ve çoklu ortam biçimine sahip olması, aynı anda fazla kişiye bilgi aktarmasıdır (Binark & Bek, 2007: 5).

Medyanın toplum üzerindeki büyük etkisini görmemek mümkün değildir (Göksel, 2017: 3). Elma ve arkadaşları özellikle medyanın kullanılmasıyla birlikte toplumda ekonomik, toplumsal, siyasal, kültürel alanda küçümsenemeyecek etkiler görülmeye başlandığını belirtmişlerdir. Medya iletişim araçlarının faydaları olduğu kadar insan hayatında bazı endişeleri de beraberinde getirmiştir. Bu noktada, “medya okuryazarlığı” kavramı gündeme gelmiştir (Çetinkaya, 2008: 27). Medya okuryazarlığı, bireylere gerçek dünya ile medya tarafından kurgulanan dünya arasındaki sınırı daha açık görmeyi sağlayacak bir perspektif sunmaktadır (Çakır, 2012: 11). Benzer ifade ile medya sistemlerinin daha karmaşık hale gelmesiyle birlikte, İngilizce media literacy teriminden dilimize çevrilen ve temelde medya mesajlarının doğru algılanmasıyla ilgili olan, medya okuryazarlığı konusunun giderek daha fazla önem kazandığı görülmektedir (Sezer & Yılmaz Sert, 2013: 64). Bu kapsamda medya okuryazarlığı, yazılı ve yazılı olmayan, büyük çeşitlilik gösteren yapılarıdaki mesajlara ulaşma, çözümlenme, değerlendirme olarak tanımlanmaktadır (İnceoğlu, 2005: 30). Diğer bir ifadeyle medya okuryazarlığı farklı biçimlerdeki medya metinlerine erişebilme, erişilen metinleri analiz edip değerlendirebilme ve istediğinde kişinin kendi medya metnini üretebilmesi gibi beceriler bütünü olarak tanımlanmaktadır (Buckingham, 2009: 64).

Meydanın toplum hayatı içerisinde birçok kesimi etkilemeye devam etmektedir. Özellikle genç nüfusun yeni medya mecralarında geçirdikleri süre ve bu yeni medya mecralarında gün geçtikçe fazlaşan üyelik sayısı toplumda yeni bir iletişim şeklinin oluştuğunun en önemli göstergelerinden biri olduğu düşünülmektedir (Göksel, 2018: 40). Günümüz toplumunun yaşam şekli ve teknolojinin ulaştığı bu noktada bireylerin medya okuryazarlığı yeteneklerinin artırılmasının önemli olduğu söylenebilir (Caz & Togo, 2018: 599). Bu kapsamda mevcut çalışmada spor bilimleri fakültesi öğrencilerinin yeni medya okuryazarlık düzeyleri incelenmiştir. Bu amaç doğrultusunda öğrencilerin farklı özellikleri ile yeni medya okuryazarlığı arasındaki ilişkiler analiz edilmiştir.

Yöntem

Araştırmanın Türü

Araştırma, tanımlayıcı türde tasarlanmıştır. Tanımlayıcı araştırma türü kullanılarak, öncelikle ikincil verilerin (kitap, makale vb) bir taraması ve değerlendirmesi yapılmıştır. Tanımlayıcı araştırmalar, “gerçeğin ne olduğunu bulmak ve var olan mevcut duruma anlam verilmesi” olarak tanımlanmaktadır (Ural & Kılıç, 2013: 19). Bu tür araştırmalarda güncel durumların



belirlenmesi ve karar vericiler ile araştırmacılar için yeni öneriler geliştirilmesi de amaçlanmaktadır.

Bu çalışmada, tarama modeli kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Tarama modeli, geçmişte ya da halen var olan bir durumu var olduğu şekliyle betimlemeyi amaçlayan araştırma yaklaşımıdır. Karasar (2016)'ya göre araştırmaya konu olan olay, birey ya da nesne, müdahale edilmeksizin kendi koşulları içinde ve olduğu gibi tanımlanmaya çalışılır.

Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini 2017-2018 yılında Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi'nde eğitim ve öğretimlerine devam etmekte olan öğrenciler oluşturmaktadır. Mevcut araştırmanın örneklem grubunu ise en az bir tane yeni medya hesabı olan ve aktif olarak yeni medya hesaplarını kullandığını belirterek araştırmaya gönüllü olarak dahil olan 114'ü kadın, 211'i erkek toplam 325 öğrenci oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında katılımcılara uygulanan 400 anketin 75 tanesi eksik ya da değerlendirilmeye alınamayacak şekilde doldurulduğundan çalışmaya dahil edilmemiştir.

Veri Toplama Aracı

Mevcut araştırmada veri toplama aracı olarak Koç ve Barut (2016) tarafından geliştirilen, geçerlik-güvenirliliği yapılan "Yeni Medya Okuryazarlık Ölçeği" ile araştırmacılar tarafından oluşturulan "Kişisel Bilgi Formu" kullanılmıştır. Yeni Medya Okuryazarlık Ölçeği toplam 35 madde ve 4 alt boyuttan (fonksiyonel tüketim, eleştirel tüketim, fonksiyonel üretim, eleştirel üretim) oluşmaktadır. Mevcut ölçek, 5'li likert tipinde (5=Kesinlikle Katılıyorum, 4=Katılıyorum, 3=Kararsızım, 2=Katılmıyorum, 1=Kesinlikle Katılmıyorum) puanlanmaktadır. Katılımcıların ölçekten almış oldukları toplam puanın artması yeni medya okuryazarlık düzeylerinin yüksek olduğunu göstermektedir.

Ölçeğin güvenirlik katsayısı (Cronbach's Alpha) "0,965" olarak hesaplanmıştır. Elde edilen katsayıya bağlı olarak ölçeğin güvenilirliği şu şekilde yorumlanır; $0.00 \leq \alpha \leq 0.40$ ise ölçek güvenilir değildir, $0.40 \leq \alpha \leq 0.60$ ise ölçeğin güvenilirliği düşüktür, $0.60 \leq \alpha \leq 0.80$ ise ölçek oldukça güvenilir, $0.80 \leq \alpha \leq 1.00$ ise ölçek yüksek derecede güvenilir (Kalaycı, 2008). Bu sonuca (0,965) göre, ölçeğin güvenilirliğinin oldukça yüksek derecede olduğu söylenebilir.

Verilerin Toplanması

Veri toplama aracı öğrencilerin ders saati öncesinde uygulanmıştır. Öğrencilere öncelikle veri toplama aracı ile bilgi verilmiştir. Çalışmada gönüllü katılım ilkesi esas alınmış ve yalnızca çalışmaya gönüllü olarak dahil olmak isteyen spor bilimleri fakültesi öğrencilerine anket formu dağıtılmıştır. Araştırmacılarca bizzat bilgilendirilen öğrencilerden toplanan anket formları (325 adet) değerlendirilmek amacıyla bilgisayar ortamına aktarılmıştır.

Verilerin Analizi

Elde edilen verilerin normallik varsayımının sınanmasında çarpıklık ve basıklık katsayıları dikkate alınmıştır. Spor Bilimleri Fakültesi öğrencilerinde demografik özelliklerin farklı kategorilere göre karşılaştırılmasında ise kategori sayısı dikkate alınmıştır. Bu kapsamda Yeni Medya Okuryazarlığı puanlarının kıyaslanmasında iki kategoriden oluşan değişkenler için bağımsız gruplar için t testi, üç veya daha fazla kategoriden oluşan değişkenler için ise tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılmıştır. ANOVA sonucunda oluşan farklılığın hangi gruplar arasında kaynaklandığını saptamak amacıyla çoklu karşılaştırma (Post Hoc.) testleri kullanılmıştır.



Bulgular

Tablo 1. Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bilgiler

| Değişkenler | | N | % |
|--|------------------------------------|------------|------------|
| Cinsiyet | Kadın | 114 | 35,1 |
| | Erkek | 211 | 64,9 |
| Yaş | 18-20 Yaş Arası | 112 | 34,5 |
| | 21-23 Yaş Arası | 163 | 50,2 |
| | 24 Yaş ve Üzeri | 50 | 15,4 |
| Bölüm | Antrenörlük Eğitimi | 90 | 27,7 |
| | Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği | 72 | 22,2 |
| | Spor Yöneticiliği | 83 | 25,5 |
| | Rekreasyon | 80 | 24,6 |
| Aktif Kullanılan Yeni Medya Hesabı | 0-1 | 50 | 15,4 |
| | 2-3 | 144 | 44,3 |
| | 4 ve Üzeri | 131 | 40,3 |
| Yeni Medyada Sahte Hesap Kullanma Durumu | Evet | 51 | 15,7 |
| | Hayır | 274 | 84,3 |
| Toplam | | 325 | 100 |

Mevcut çalışmaya 114 (%35,1) kadın, 211 (%64,9) erkek öğrenci katılım göstermiştir. Bu öğrencilerin 112 (%34,5)'i 18-20 yaş aralığında, 163 (%50,2)'ü 21-23 yaş aralığında, 50 (%15,4)'si ise 24 yaş ve üzeri kategoride yer almaktadır. 90 öğrenci (%27,7) antrenörlük eğitimi, 72 (%22,2) öğrenci beden eğitimi ve spor öğretmenliği, 83 (%25,5) öğrenci spor yöneticiliği ve 80 (%24,6) öğrenci ise rekreasyon bölümünde öğrenim görmektedir. 50 (%15,4) öğrencinin kullandığı aktif medya hesap sayısı 0-1 aralığında, 144 (%44,3) öğrencinin medya hesabı 2-3 aralığında, 131 (%40,3) öğrencinin medya hesabı ise 4 ve üzerindedir. Ayrıca sahte medya hesap kullanan öğrenci sayısı 51 (%15,7) iken, sahte medya hesabı bulunmayan öğrenci sayısı 274 (%84,3)'tür.

Tablo 2. Ölçek puan dağılımı

| Ölçek alt boyutları | N | Ort. | Ss. | Çarpıklık | Basıklık |
|---------------------|-----|------|------|-----------|----------|
| Fonksiyonel Tüketim | 325 | 4,01 | 0,83 | -1,179 | 1,543 |
| Eleştirel Tüketim | 325 | 3,99 | 0,75 | -1,124 | 1,758 |
| Fonksiyonel Üretim | 325 | 3,93 | 0,82 | -1,021 | 1,306 |
| Eleştirel Üretim | 325 | 3,73 | 1,13 | -,538 | ,153 |

Yeni medya hesabına ait puan değerlerine bakıldığında genel olarak sosyal medya kullanım ortalamalarının yüksek olduğu görülmektedir. Ayrıca elde edilen verilerin normal bir dağılım sergilediği belirlenmiştir.

Tablo 3. Cinsiyet ve sahte hesap değişkenleri t-testi sonucu

| Değişkenler | Fonksiyonel Tüketim | | | Eleştirel Tüketim | | | Fonksiyonel Üretim | | | Eleştirel Üretim | | |
|-------------|---------------------|------|------|-------------------|------|------|--------------------|------|------|------------------|------|------|
| | \bar{X} | sd | t | \bar{X} | sd | t | \bar{X} | sd | t | \bar{X} | sd | t |
| Cinsiyet | | | | | | | | | | | | |
| | Kadın | 4.14 | 0.75 | 2.18* | 4.16 | 0.66 | 3.01* | 4.09 | 0.76 | 2.60* | 3.84 | 0.77 |
| Erkek | 3.93 | 0.86 | | 3.90 | 0.77 | | 3.85 | 0.83 | | 3.68 | 0.79 | |
| Sahte Hesap | | | | | | | | | | | | |
| | Var | 4.42 | 0.65 | 3.92** | 4.34 | 0.57 | 3.77** | 4.26 | 0.61 | 3.19* | 4.16 | 0.63 |
| Yok | 3.93 | 0.84 | | 3.92 | 0.75 | | 3.87 | 0.83 | | 3.65 | 0.79 | |

* $p < .05$; ** $p < .01$



Kadın ve erkek öğrenciler arasında yeni medya hesabı kullanımı açısından anlamlı farklılıkların tespit edildiği sonucuna ulaşılmıştır. Sahte yeni medya hesaba sahip olan öğrenciler ile sahip olmayan öğrenciler arasında da manidar farklılıkların olduğu görülmüştür.

Tablo 4. Yaş, öğrenim görülen bölüm ve kullanılan sosyal medya sayısı değişkenleri Anova testi sonucu

| Değişkenler | Fonksiyonel Tüketim | | | Eleştirel Tüketim | | | Fonksiyonel Üretim | | | Eleştirel Üretim | | |
|---------------------|---------------------|------|--------|-------------------|------|--------|--------------------|------|-------|------------------|------|-------|
| | \bar{X} | sd | F | \bar{X} | sd | F | \bar{X} | sd | F | \bar{X} | sd | F |
| Yaş | | | | | | | | | | | | |
| 18-20 Yaş | 4.19 | 0.59 | | 4.19 | 0.59 | | 4.07 | 0.62 | | 3.92 | 0.65 | |
| 21-23 Yaş | 3.92 | 0.91 | 4.59* | 3.92 | 0.78 | 7.60* | 3.87 | 0.86 | 2.42* | 3.65 | 0.81 | 5.98* |
| 24 Yaş ve Üzeri | 3.86 | 0.94 | | 3.75 | 0.81 | | 3.82 | 0.98 | | 3.53 | 0.91 | |
| Bölüm | | | | | | | | | | | | |
| Antrenörlük | 3.77 | 0.96 | | 3.76 | 0.86 | | 3.77 | 0.89 | | 3.55 | 0.89 | |
| BES Öğretmeni | 4.27 | 0.66 | 5.95* | 4.24 | 0.62 | 6.10** | 4.15 | 0.72 | 3.48* | 3.95 | 0.72 | 3.49* |
| Spor Yöneticiliği | 4.13 | 0.69 | | 4.06 | 0.62 | | 3.99 | 0.73 | | 3.71 | 0.73 | |
| Rekreasyon | 3.90 | 0.86 | | 3.94 | 0.75 | | 3.85 | 0.85 | | 3.75 | 0.85 | |
| Sosyal Medya Sayısı | | | | | | | | | | | | |
| 0-1 | 3.50 | 0.93 | | 3.58 | 0.86 | | 3.54 | 1.02 | | 3.40 | 0.86 | |
| 2-3 | 4.06 | 0.74 | 11.88* | 4.02 | 0.68 | 9.69* | 3.94 | 0.75 | 8.03* | 3.70 | 0.72 | 7.49* |
| 4 ve Üzeri | 4.13 | 0.81 | | 4.10 | 0.71 | | 4.07 | 0.75 | | 3.89 | 0.79 | |

*p<.05; **p<.01

Yeni medya kullanımının farklı yaş kategorisinde yer alan öğrenciler arasında manidar farklılık yarattığı tespit edilmiştir. Yeni medya kullanımının 18-20 yaş arasında daha fazla eğilim gösterdiği görülmektedir. Öğrenim görülen bölüm değerlendirildiğinde Antrenörlük Eğitimi, Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği, Spor Yöneticiliği, Rekreasyon bölümlerinde öğrenim gören öğrenciler arasında yeni medya kullanımı açısından farklılıklar görülmektedir. Ayrıca sosyal medya hesap sayısının farklı olması kullanım eğilimi açısından manidar farklılık yaratmıştır.

Tartışma ve Sonuç

Mevcut çalışmada öğrencilerin yeni medya okuryazarlığının yüksek olduğu belirlenmiştir. Literatür incelendiğinde farklı sonuca ait çalışmaları görmekteyiz. Yapılan bir çalışmada öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeylerinin orta seviyede olduğu anlaşılmaktadır (Karaman, 2016: 338). Diğer bir sonuca göre, öğretmen adaylarının genel olarak medya okuryazarlık düzeylerinin ortalama üzerinde olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Fidan, 2013: 127). Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının sosyal medya kullanımlarının orta düzeyde olduğu belirlenmiştir (Aydın ve Çelik, 2017: 87). Farklı bir çalışma, üniversite öğrencilerinin medya okuryazarlıklarının orta düzeyde olduğunu göstermektedir (Som ve Kurt, 2012: 111).

Mevcut çalışmanın cinsiyet değişkeni irdelendiğinde kadın ve erkek öğrencilerin yeni medya kullanımında farklılık olduğu görülmüştür. Yapılan çalışmada erkek öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeyi, kız öğretmen adaylarının ortalamasından anlamlı derecede yüksek bulunmuştur (Karaman, 2016: 339). Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının sosyal medya kullanım puanlarında cinsiyet değişkenine göre anlamlı farklılık bulunmuştur (Aydın ve Çelik, 2017: 87). Farklı bir araştırma bulguları, medya okuryazarlık düzeyinin cinsiyete göre farklılaştığını göstermiştir (Aslan ve Tuncer Basel, 2017: 1361). İfade edilen çalışma



sonuçları ile mevcut çalışmanın cinsiyet değişkeni sonucunun örtüştüğünü söyleyebiliriz. Ancak mevcut çalışma sonucunu desteklemeyen araştırmalarda mevcuttur. Bir araştırmada öğretmenlerin medya okuryazarlık düzeyleri incelenmiş ve cinsiyete göre anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir (Çakmak, 2019: 51). Diğer bir çalışmada öğrencilerin medya okuryazarlık puanları ile cinsiyetleri arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır (Som ve Kurt, 2012: 112). Kadın ve erkek öğrencilerin medya okuryazarlık düzeyleri arasında manidarlık görülmemiştir (Fidan, 2013: 130).

Yeni medya kullanımının farklı yaş kategorisinde yer alan öğrenciler arasında manidar farklılık yarattığı tespit edilmiştir. Yeni medya kullanımının 18-20 yaş arasında daha fazla eğilim gösterdiği görülmektedir. Alanyazın incelendiğinde öğretmenlerin medya okuryazarlık düzeyinin yaş üzerinde manidar fark yaratmadığı görülmüştür (Çakmak, 2019: 52).

Öğrenim görülen bölümün Antrenörlük Eğitimi, Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği, Spor Yöneticiliği, Rekreasyon bölümleri olması yeni medya kullanımı konusunda farklılığa yol açmıştır. Farklı bölümde öğrenim gören öğretmen adayları arasında medya okuryazarlığı bakımından anlamlı farklılık oluştuğu belirlenmiştir (Karaman, 2016: 340).

Araştırma sonucu, öğrencilerin yeni medya okuryazarlığı düzeylerinin yüksek olduğunu göstermiştir. Sosyal medya kullanımının yüksek olması, öğrencilerin belirli konular hakkında medya içerikli içerikler tasarlayabilmede yetenekli olduğunu ifade etmektedir. Ayrıca, medyadaki yenilikleri ve değişiklikleri takip edebilme noktasında da iyi olduklarını göstermektedir. Yeni medya okuryazarlığının cinsiyet üzerinde anlamlı farklılık yarattığı belirlenmiştir. Bu bulgu kadın öğrencilerin yeni medyayı daha bilinçli kullandığını göstermektedir. Sahte hesaba sahip olan öğrenciler ile sahip olmayan öğrenciler arasında da manidar farklılıkların oluştuğu görülmüştür. Öğrencilerin sahte yeni medya hesabının olması birden fazla medya hesabına sahip olduğunu ifade etmektedir.

Yeni medya kullanımının yaş kategorisi üzerinde farklılığa yol açtığı belirlenmiştir. Bulgular incelendiğinde yeni medya kullanımının 18-20 yaş arasında daha fazla eğilim gösterdiği görülmüştür. Genç yaşta olan öğrenciler yeni medya hesabını daha aktif kullanmaktadırlar. Öğrenim görülen bölümün Antrenörlük Eğitimi, Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği, Spor Yöneticiliği, Rekreasyon bölümleri olması yeni medya kullanımı konusunda farklılığa yol açmıştır. Ayrıca sosyal medya hesap sayısının farklı olması kullanım eğilimi açısından manidar farklılık yaratmıştır. Birden fazla yeni medyaya sahip olmak, öğrencilerin dijital medya içeriklerini internette daha fazla paylaşabilme imkânı bulacağını göstermektedir. Benzer şekilde medyada farklı kullanıcılarla ortak bir amaç doğrultusunda etkileşim ve iş birliği kurabilme konusunda daha avantajlı olabileceklerini göstermektedir.

**Mevcut çalışmanın özeti 25-27 Nisan 2018 tarihinde "6th International Conference on Science, Culture, and Sport" sözel bildiri olarak sunulmuştur.*



KAYNAKLAR

- Aslan, N. & Tuncer Basel, A. (2017). Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin Medya Okur-Yazarlık Düzeyleri (İzmir Örnekleme). *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 25(4), 1353-1372.
- Aydın, M. & Çelik, T. (2017). Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Sosyal Medya Kullanım ve Doyumlarının İncelenmesi. *Eğitim Kuram ve Uygulama Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 82-97.
- Binark, M. & Bek, M. G. (2007). Eleştirel Medya Okuryazarlığı: Kuramsal Yaklaşımlar ve Uygulamalar. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Buckingham, D. (2009). *Media Education Literacy Learning and Contemporary Culture*. Cambridge: Polity Press.
- Caz, Ç. & Togo O. T. (2018). Medya ve Televizyon Okuryazarlığı: Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı Lisansüstü Programlara Başvuran Bireyler Üzerine Bir Çalışma. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 68, 593-600.
- Çakır, H. (2012). İletişim sürecinde medya okuryazarlığı. *Yeşilay*, 939, 10-15.
- Çakmak, E. E. (2019). Öğretmenlerin Medya Okuryazarlık Düzeylerinin İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Bartın Üniversitesi. Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Çetinkaya, S. (2008). Bilinçli Medya Kullanıcıları Yaratma Sürecinde Medya Okuryazarlığının Önemi. Yüksek Lisans Tezi. Ankara.
- Elma, C., Kesten, A., Dicle, A.N. ve Uzun, E. M. (2010). Türkiye’de Medya Okuryazarlığı Eğitimi: Medyanın İşleyişi ve Etik İlkeler Açısından Bir Değerlendirme. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 10(3), 1409-1458.
- Fidan, M. (2013). Sınıf Öğretmeni Adaylarının Medya Okuryazarlık Düzeyleri. *Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 15(2), 121-137.
- Göksel, A. G., Caz, Ç., Yazıcı, Ö. F., & Pala, A. (2016). Spor Lisesi Öğrencilerinin İletişim Becerilerinin Bazı Değişkenlere Göre İncelenmesi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(44), 1440-1445.
- Göksel, A. G. (2017). The Examination of Opinions of Academicians Who Are Expert on Sport Sciences about the Impact of Social Media Consumption on Institutional Image in Turkey. *Sport Journal*, 19, 1-12.
- Göksel, A. G. (2018). Spor Bilimleri Fakültesi Öğrencilerinin İletişim Aracı Olarak Sosyal Medya Kullanımlarının Bazı Değişkenlere Göre İncelenmesi. *SPORMETRE Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 16(1), 39-48.
- İnceoğlu, Y. (2005). Medya Okuryazarlığı: Neden Gerekli? N. Türkoğlu ve M. Cilman Şimşek, (Eds.), *Medya Okuryazarlığı İçinde* (27-39). İstanbul: Kalemus Yayıncılık.
- Karaman, M. K. (2016). Öğretmen Adaylarının Medya Okuryazarlık Düzeyleri ve Eleştirel Düşünme Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 4(1), 326-350.
- Karasar, N. (2016). *Bilimsel Araştırma Yöntemi: Kavramlar İlkeler Teknikler*. 30. Basım. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Koc, M., & Barut, E. (2016). Development and Validation of New Media Literacy Scale (NMLS) for University Students. *Computers in Human Behavior*, 63, 834-843.



Ozkan, H., Dalli, M., Bingol, E., Metin, S. C., & Yarali, D. (2014). Examining the Relationship between the Communication Skills and Self-efficacy Levels of Physical Education Teacher Candidates. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 152, 440-445.

Potter, W. J. (2010). The state of media literacy. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 54(4), 675-696.

Sezer, N. & Yılmaz Sert, N. (2013). Online Medya Okuryazarlığının Yetişkinler İçin Önemi “Online Haber Sitelerindeki Bannerlara Yönelik Bir İnceleme. *Ajit-E: Online Academic Journal Of Information Technology*, 4(13), 63-78.

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.

Soylemez, Y. S. (2014). Malezya’da Medya Tüketimi ve Medya Okuryazarlığı Uygulamaları. *Erciyes İletişim Dergisi*, 3(3), 98-118.

Ural, A., & Kılıç, İ. (2013). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.