

ULUSLARARASI SOSYAL ARAŞTIRMALAR DERGİSİ THE JOURNAL OF INTERNATIONAL SOCIAL RESEARCH

Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi / The Journal of International Social Research
Cilt: 13 Sayı: 73 Ekim 2020 & Volume: 13 Issue: 73 October 2020
www.sosyalarastirmalar.com Issn: 1307-9581

ANTRENÖRLERİN MEDYA OKURYAZARLIK DÜZEYLERİ MEDIA LITERACY LEVELS OF COACHES

Hakan SUNAY*
Bayram KAYA**

Öz

Medya bilgiyi ileten ve barındıran gazete, dergi, kitap, radyo, tv, internet gibi bilgiyi transfer eden dijital ve elektronik araçlar, her türlü baskı birer medyadır. Medya okur yazarlığı adından da anlaşılacağı gibi günlük hayatımızda karşımıza çıkan tv, radyo, gazete, dergi, bilgisayar ve reklamlardan görsel ve sözel semboller çıkarma yeteneğidir. medya okuryazarlığı eğitimi vermenin en önemli nedenini üzerinde yaşadığımız dünyamızın anlaşılması ve yorumlanması için medya okuryazarlığı tüm insanlar için önemli olduğu kadar antrenörler içinde önem arz etmektedir. Bu araştırmada betimsel tarama modeli ile yapılmış bir araştırmadır. Araştırmanın evrenini Ankara'daki 235 elit düzeydeki antrenörler oluşturmaktadır. Veriler araştırmacılar tarafından geliştirilen kişisel bilgi formu ile Karaman ve Karataş (2009) tarafından geliştirilen "Medya Okuryazarlık Düzey Belirleme Ölçeği" Ankara İlindeki elit antrenörlere uyarlanarak toplanmıştır. Elde edilen veriler SPSS 24 programı ile analiz edilmiştir. Araştırmaya katılan antrenörlerin kişisel bilgileri ve ölçekten aldıkları puanlar frekans, yüzde ve aritmetik ortalama ile çözümlenmiştir. Ölçeğin Cronbach Alpha katsayısına bakılmıştır. Araştırmada t-testi ve grup ortalamaları arasındaki farkları belirlemek için ise One Way ANOVA kullanılmıştır. Farklılığı yaratan grubu bulmak için Tukey testi uygulanmıştır. Genel olarak çıkarılan sonuca göre alt boyutlar bazında bazı alt boyutlar ile medya okuryazarlığı arasında anlamlı bir ilişki bulunamamasına karşın faktör bazında internet kullanımı ve kullanım süresi ile medya okuryazarlık arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Sonuç olarak antrenörlerin medya okur yazarlık düzeylerinin yüksek olduğunu söyleyebiliriz.

Anahtar Kelimeler: Antrenör, Medya Okuryazarlık.

Abstract

Media are digital and electronic devices that transfer information such as newspapers, magazines, books, radio, TV, internet that transmit and contain information, and all kinds of print media. As the name suggests, media literacy is the ability to extract visual and verbal symbols from TV, radio, newspapers, magazines, computers and advertisements that we encounter in our daily lives. The most important reason for providing media literacy education is that media literacy is important for coaches as well as for all people in order to understand and interpret the world we live in. This research is a descriptive survey model. The universe of the research consists of 235 elite level trainers in Ankara. The data were collected using a personal information form developed by the researchers, and the "Media Literacy Level Determination Scale" developed by Karaman and Karataş (2009), adapted to elite trainers in Ankara. The data obtained were analyzed with SPSS 24 program. The personal information of the trainers participating in the study and the scores they got from the scale were analyzed with frequency, percentage and arithmetic average. The Cronbach Alpha coefficient of the scale was examined. One Way ANOVA was used to determine the differences between the t-test and group averages in the study. Tukey test was applied to find the group that made the difference.

According to the result, a significant relationship was found between internet use and duration of use and media literacy on a factor basis, although there was no significant relationship between some sub-dimensions and media literacy. As a result, we can say that the media literacy levels of the trainers are high.

Keywords: Coach, Media Literacy.

* Doç. Dr., Ankara Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi, orcid.org/0000-0001-5139-1492, hakan.sunay@ankara.edu.tr

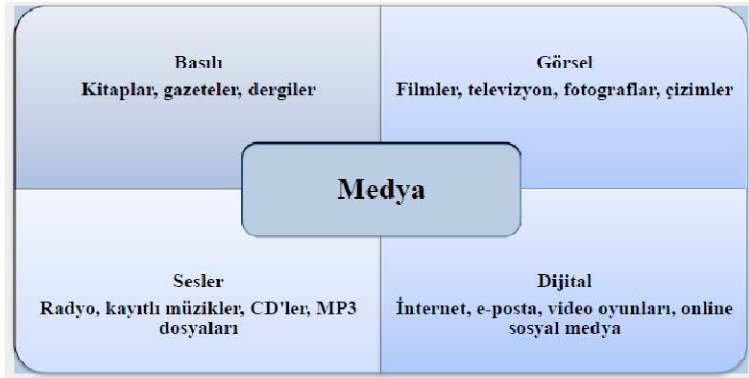
**Ankara Üniversitesi Spor Bilimleri Doktora Öğrencisi, orcid.org/0000-0003-0249-5572, bayramkaya400@gmail.com



1.GİRİŞ

Gazete, dergi, kitap, radyo, tv, internet gibi bilgiyi ileten ve barındıran dijital ve elektronik araçlar, her türlü baskı birer medyadır (Andersen, 2002, 193-205; Levin vd, 2004, 16-29). Medyanın eğitim-öğretimde kullanılmaya başlanması ve medya eğitimi 1900'lü yıllarda başlamıştır (Topuz, 2007, 43-59). Bu kavram 2000'li yılların sonlarında genel olarak kütüphanelerde kullanılmaya başlanmıştır, günümüzde ise internet gibi dijital kaynakları kullanmak; yetenek, davranışlar ve tavırları doğru ve etkili yönetmek için gerekli bir süreç olarak görülen bilginin ifadesidir (Limberg ve Folkesson, 2006, 23-68). Medya okuryazarlığının tarihsel sürecinden bahsederken hareketin ortaya çıktığı yıllarda kavramın medya ve medyanın manipülatif hareketine karşı verilen bir savaş olarak görüldüğünü belirtmektedir (İnceoğlu, 2007, 22-23). Medya okuryazarlığının günlük hayatta ve alan yazınında pek çok tanımı vardır. alan yazınında "Media Literacy", "Medya Education" veya " Media Awareness" olarak adlandırılmaktadır (Thoman, 2008, 29-42).

Medya okur yazarlığı adından da anlaşılacağı gibi günlük hayatımızda karşımıza çıkan tv, radyo, gazete, dergi, bilgisayar ve reklamlardan görsel ve sözel semboller çıkarma yeteneğidir (Thoman, 2008, 29-42).



Şekil 1: Medya Türleri (Hobbs'dan akt. Tanrıku, 2014, 17).

Potter (1998) medya okuryazarlığı ortamda bulunan işlenmemiş bilgilerin işlenerek yorumlanması şeklinde tanımlamıştır. Uysal (2006, 47) göre medya kod ve geleneklerini analiz etme, medyayı eleştirebilme, medya tarafından üretilen mesajları yorumlayabilme ve medyayı etkin bir şekilde kullanabilmektir. Medya okuryazarlığının bu kadar farklı tanımlarının olması bu alanda çalışanların konuya farklı açıdan bakmaları ve farklı yönleriyle değerlendirmelerinden kaynaklanmaktadır (Alverman ve Hagood, 2000, 193-205).

Kıncal ve Kartal (2009,318-333) Medya Okuryazarlığı eğitimi ile bireylerin medya mesajlarına karşı farkındalıklarının geliştiğini ve eleştirel beceriler kazandıklarını belirtmektedirler. Bireyler medya aracılığıyla ilgileri, tercihleri ve ihtiyaçlarına göre fikirlerini ifade edebilirler.

Türkiye'de ve dünyada yapılan pek çok araştırmada üniversitelerde medya okuryazarlığı eğitimi almanın öneminden bahsedilmiştir. Sosyal bilgiler öğretmen adayları üzerinde yapılan bir araştırmada katılımcıların sosyal medya okuryazarlığını haberleri yorumlama, sorgulama ve değerlendirme şeklinde algıladıkları belirtilmiştir (Deveci ve Çengelci, 2008, 25-43).

Gelişen, değişen dünyamızda medya okuryazarlığı insanlara okutulacak bir ders değil de bu alana hizmet eden araçları anlamak ve yorumlamak şeklinde tanımlanabilir. Considine (2008) belli bir sürede verilecek bir ders değil disiplinler arası bir kavram olarak düşünülmesi gerektiğini söylemiştir. Bireylere pasif alıcı olmak yerine medyayı okuyan, çözebilecek bilince erişen bireyler olabilmesi için medya okuryazarlık eğitimi verilmesi önemlidir (Hendrix, 1998,4). Kutuoğlu (2007, 105-117) medya okuryazarlığı eğitimi vermenin en önemli nedenini üzerinde yaşadığımız dünyamızın anlaşılması ve yorumlanması için medya okuryazarlığı tüm insanlar için önemli olduğu kadar antrenörler için de önem arz etmektedir. Antrenörlerin mesleki ve diğer



gelişmelerini tamamlayabilmeleri için medya okuryazarlığı düzeylerini görmek bu araştırmanın önemini teşkil etmektedir.

2.MATERYAL YÖNTEM

Bu çalışmada betimsel tarama modeli ile yapılmış bir çalışmadır. Çalışmanın evrenini Ankara'daki 235 elit düzeydeki antrenörler oluşturmaktadır. Çalışmanın örneklemini ise, evren içerisinde tesadüfi yöntem ile seçilmiş 37 kadın (% 15.7), 198 erkek (% 84.3) toplam 235 antrenörden meydana gelmiştir. Veriler araştırmacılar tarafından geliştirilen kişisel bilgi formu ile Karaman ve Karataş (2009) tarafından geliştirilen "Medya Okuryazarlık Düzey Belirleme Ölçeği" Ankara İlindeki elit antrenörlere uyarlanarak toplanmıştır. Elde edilen veriler SPSS 24 programı ile analiz edilmiştir. Çalışmaya katılan antrenörlerin kişisel bilgileri ve ölçekten aldıkları puanlar frekans, yüzde ve aritmetik ortalama ile çözümlenmiştir. Ölçeğin Cronbach Alpha katsayısına bakılmıştır. Çalışmada t-testi ve grup ortalamaları arasındaki farkları belirlemek için ise One Way ANOVA kullanılmıştır. Farklılığı yaratan grubu bulmak için Tukey testi uygulanmıştır.

Çizelge 1: Normallik Varsayımı

Faktör	SKEWNESS	KURTOSİS
Bilgi Sahibi Olma	-,486	-,216
Analiz Edebilme ve Tepki Oluşturabilme	-,243	-,158
Yargılayabilme, Örtük Mesajları Görebilme	-,652	,131
Medya Okuryazarlığı Ölçeği	-,258	,173

Verilerin çarpıklık ve basıklık değerlerine bakıldığında tüm alt boyutlarda ve ölçeğin geneli için $-2 < X < +2$ (Şencan, 2002) aralığında olduğu ve normal dağılım gösterdiği belirlenmiştir.

Çizelge 2: Güvenirlilik Katsayıları

Faktör	Güvenirlilik katsayısı (Cronbach Alpha)
Bilgi Sahibi Olma	,927
Analiz Edebilme ve Tepki Oluşturabilme	,773
Yargılayabilme, Örtük Mesajları Görebilme	,919
Medya Okuryazarlığı Ölçeği	,895

Ölçeğin güvenilirliği için ise Cronbach Alpha katsayılarına bakılmış, bilgi sahibi olma alt boyutunda ,927 analiz edebilme alt boyutunda ,773, yargılayabilme alt boyutunda ise ,919 olarak hesaplanırken, ölçeğin geneli Cronbach Alpha katsayısı ,895 olarak bulunmuştur.

3.BULGULAR

Katılımcı antrenörlerin medya okuryazarlık düzeyine ilişkin kişisel bilgiler ve analiz tabloları aşağıda belirtilmiştir.

Çizelge 3: Katılımcıların Antrenörlerin Genel Bilgileri

Kişisel Bilgiler	Alt Gruplar	Frekans(f)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	37	15,7
	Erkek	198	84,3
	Toplam	235	100
Antrenörlük Süresi	1-3Yıl	11	4,7
	4-6 Yıl	31	13,1
	7-9 Yıl	39	16,5
	10 Yıl ve üstü	154	65,5
	Toplam	235	100
Spor Haberlerine Ulaşma	Televizyon	81	34,4
	Cep Telefonu Üzerinden İnternet	102	43,4
	Bilgisayar Üzerinden İnternet	39	16,5
	Gazete veya Dergi	13	5,5
	Toplam	235	100
	Hiç Okumam	25	10,6



Gazete Okuma Sıklığı	Ara sıra	113	48,0
	En az bir gazete	52	22,1
	2-4 Gazete	29	19,3
	5 Gazete ve Üzeri	16	6,8
	Toplam	235	100
Günlük İnternette Vakit Geçirme Süresi	1 Saatten Az	34	14,4
	1-2 Saat	92	39,1
	3-4 Saat	54	22,9
	5-6 Saat	43	18,2
	6 Saatten fazla	12	5,1
Toplam	235	100	

Çizelge 3'te katılımcılara ait kişisel verilere yer verilmiştir. Katılımcıların %84,3'ünün erkek %15,7'sinin kadın olduğu belirtilmektedir. %4,7'sinin 1-3 yıl, %65,5'inin 10 yıl ve üzeri antrenörlük deneyimine sahip oldukları görülmektedir. Katılımcıların spor haberlerine %5,5'inin gazete veya dergi, %43,4'ünün cep telefonu üzerinden internet kanallarını kullanarak ulaştıkları görülmektedir. Katılımcıların %10,6'sının hiç gazete okumadığı, %48,0'ının ara sıra okudukları belirlenmiştir. Günlük internette vakit geçirme sürelerine bakıldığında %5,1'inin günde 6 saatten fazla, %39,1'inin 1-2 saat arası internette vakit geçirdikleri görülmektedir.

Çizelge 4 : Katılımcı Medya Okuryazarlık Düzeyleri ve Alt Boyutlarının Cinsiyetlerine İlişkin Bağımsız Örneklem T Testi Sonuçları

Alt Boyutlar	İnternet Kullanımı	N	\bar{X}	Sd	t	P
Bilgi Sahibi Olma	Kadın	35	4,2476	,52917	2,091	,380
	Erkek	200	3,9806	,73931		
Analiz Edebilme ve Tepki Oluşturabilme	Kadın	35	4,0000	,64676	1,725	,086
	Erkek	200	3,7685	,82261		
Yargılayabilme, Örtük Mesajları Görebilme	Kadın	35	4,0495	,71255	2,018	,045
	Erkek	200	3,7828	,72878		
Ölçek Geneli	Kadın	35	4,1104	,57102	2,435	,018
	Erkek	200	3,8505	,64118		

Çizelge 4 'te antrenörlerin medya okuryazarlığı düzeyleri cinsiyete göre; "Yargılayabilme, Örtük Mesajları Görebilme" alt boyutunda ve ölçek genelinde kadınların lehine anlamlı fark olduğu bulunmuştur ($p < 0,05$), "Bilgi Sahibi Olma", "Analiz Edebilme ve Tepki Oluşturabilme" alt boyutlarında anlamlı fark bulunamamıştır.

Çizelge 5 : Katılımcı Antrenörlerin Medya Okuryazarlık Düzeyleri ve Alt Boyutlarının Antrenörlük Süresine İlişkin ANOVA Sonuçları

Antrenörlük Süresi	KT	SD	KO	F	p*	Tukey
Bilgi Sahibi Olma Alt Boyutu	Gruplar	3,280	4	1,093	3,116	,027
	Grup İçi	116,285		,503		
	Toplam	119,566	235			
Analiz Edebilme ve Tepki Oluşturabilme Alt Boyutu	Gruplar	6,019	4	2,006	2,333	,075
	Grup İçi	122,898	231	,532		
	Toplam	128,916	235			
Yargılayabilme, Örtük Mesajları Görebilme	Gruplar	4,748	4	1,583	2,763	,043
	Grup İçi	127,547	231	,552		
	Toplam	132,295	235			
Ölçek Geneli	Gruplar	4,167	4	1,389	3,564	,015
	Grup İçi	90,039	231	,390		
	Toplam	94,207	235			

*($p < 0,05$)

Çizelge 5'te antrenörlerin medya okuryazarlığı düzeylerinin antrenörlük süresi parametresine göre farklılığı incelendiğinde, "Bilgi Sahibi Olma", "Yargılayabilme, Örtük Mesajları Görebilme" alt boyutlarında ve ölçek genelinde 0,05 anlamlılık düzeyinde bir fark gözlenmiştir. "Analiz edebilme ve tepki oluşturabilme" alt boyutunda 0,05 anlamlılık düzeyinde bir fark gözlenmemiştir. 7 yıl ve üzeri görev yapan



antrenörlerin 1-3 yıl görev yapan antrenörlere göre medya okur-yazarlık düzeyi anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur.

Çizelge 6: Katılımcı Medya Okuryazarlık Düzeyleri ve Alt Boyutlarının İnternet Kullanma' ya ilişkin Bağımsız Örneklem T Testi Sonuçları

Alt Boyutlar	İnternet Kullanımı	N	\bar{X}	S	sd	t	P
Bilgi Sahibi Olma	Evet	214	4,04	,699	162	1,548	,123
	Hayır	21	3,79	,839			
Analiz Edebilme ve Tepki Oluşturabilme	Evet	214	3,71	,707	161	-,070	,944
	Hayır	21	3,72	,709			
Yargılayabilme, Örtük Mesajları Görebilme	Evet	214	3,94	,802	182	-,260	,795
	Hayır	21	3,99	,736			
Ölçek Geneli	Evet	214	3,89	,630	145	,490	,624
	Hayır	21	3,82	,684			

*(p<0,05)

Çizelge 6'da antrenörlerin medya okuryazarlık düzeylerinin internet kullanma parametresine göre incelendiğinde ölçek genelinde ve tüm alt boyutlarında anlamlı fark bulunamamıştır.

Çizelge 7: Katılımcı Antrenörlerin Medya Okuryazarlık Düzeyleri ve Alt Boyutlarının Haftalık Gazete Okumaya İlişkin ANOVA Sonuçları

Varyansın Kaynağı		KT	SD	KO	F	p*	Tukey
Bilgi Sahibi Olma Alt Boyutu	Gruplar	7,466	5	1,866	3,829	,005	5 Gazete ve Üzeri 2-4 gazete En az bir gazete Hiç gazete okumuyorum
	Grup İçi	112,100	230	,487			
	Toplam	119,566	235				
Analiz Edebilme ve Tepki Oluşturabilme Alt Boyutu	Gruplar	,354	5	,088	,537	,709	
	Grup İçi	37,894	230	,165			
	Toplam	38,248	235				
Yargılayabilme, Örtük Mesajları Görebilme	Gruplar	5,032	5	1,258	2,022	,042	5 Gazete ve Üzeri 2-4 gazete En az bir gazete Hiç gazete okumuyorum
	Grup İçi	143,114	230	,622			
	Toplam	148,146	235				
Ölçek Geneli	Gruplar	6,381	5	1,595	4,178	,003	5 Gazete ve Üzeri 2-4 gazete En az bir gazete Hiç gazete okumuyorum
	Grup İçi	87,825	230	,382			
	Toplam	94,207	235				

*(p<0,05)

Çizelge 7'de antrenörlerin medya okuryazarlığı düzeylerinin haftalık gazete okuma sayısı parametresine göre incelendiğinde "Bilgi Sahibi Olma", "Yargılayabilme, Örtük Mesajları Görebilme" alt boyutlarında anlamlı fark olduğu görülmektedir. "Analiz Edebilme ve Tepki Oluşturabilme" alt boyutunda ise anlamlı fark bulunamamıştır. Post hoc testlerinde tukey testine göre fark ölçek genelinde, Bilgi Sahibi Olma alt boyutunda ve Yargılayabilme, Örtük Mesajları Görebilme boyutunda, haftada 5 gün ve üzeri, 2-4 gün ve en az bir gazete okuyan kişilerin hiç gazete okumayan bireylere göre medya okuryazarlık düzeyleri yüksek olduğu görülmektedir.



Çizelge 8: Antrenörlerin Medya Okuryazarlık Düzeyleri ve Alt Boyutlarının İnternette Vakit Geçirme' ye ilişkin ANOVA Sonuçları

Varyansın Kaynağı		KT	SD	KO	F	p
Bilgi Sahibi Olma Alt Boyutu	Gruplar	3,043	6	,761	1,495	,204
	Grup İçi	116,487	229	,509		
	Toplam	119,529	235			
Analiz Edebilme ve Tepki Oluşturabilme Alt Boyutu	Gruplar	1,051	6	,263	1,621	,170
	Grup İçi	37,130	229	,162		
	Toplam	38,181	235			
Yargılayabilme, Örtük Mesajları Görebilme	Gruplar	5,164	6	1,291	2,071	,045
	Grup İçi	142,775	229	,623		
	Toplam	147,940	235			
Ölçek Geneli	Gruplar	3,381	6	,845	2,131	,048
	Grup İçi	90,825	229	,397		
	Toplam	94,206	235			

*(p<0,05)

Çizelge 8'e antrenörlerin medya okuryazarlığı düzeylerinin "İnternette Vakit Geçirme" parametresine göre incelendiğinde "Yargılayabilme, Örtük Mesajları Görebilme" alt boyutunda ve ölçeğin genelinde anlamlı fark bulunmuştur. "Bilgi Sahibi Olma", "Analiz Edebilme ve Tepki Oluşturabilme" alt boyutlarında ise anlamlı fark bulunamamıştır.

Çizelge 9: Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	X	Sd
Bilgi Sahibi Olma Alt Boyutu	235	2,00	5,00	4,0234	,71482
Analiz Edebilme ve Tepki Oluşturabilme Alt Boyutu	235	1,83	5,00	3,7119	,70650
Yargılayabilme, Örtük Mesajları Görebilme	235	1,40	5,00	3,9472	,79568
Ölçek Genelinde	235	1,76	5,00	3,8912	,63450

1-Hiç 2-Nadiren 3-Arasıra 4-Sık Sık 5-Tamamen

Çizelge 9'a göre antrenörlerin medya okuryazarlık alt boyutlarından "Bilgi Sahibi Olma" alt boyutu 4,0234 ortalama ile en yüksek ortalama "Yargılayabilme, Örtük Mesajları Görebilme" alt boyutları ise 3,9472 ortalama ile en yüksek ikinci ortalama, "Analiz Edebilme ve Tepki Oluşturabilme" alt boyutu ise 3,7119 ortalama ile en düşük ortalama sahip olduğu görülmektedir. Antrenörlerin medya okuryazarlık düzeyleri tüm alt boyutlarda ve ölçek genelinde ortalamaları 4 ve 4' e yakın olduğu görülmüştür. Bu sonuca göre antrenörlerin medya okuryazarlık düzeylerinin yüksek olduğu söylenebilir.

4.TARTIŞMA VE SONUÇ

Cinsiyet değişkenine göre antrenörlerin medya okuryazarlık düzeyleri; kadın antrenörlerin medya okuryazarlık ortalaması erkeklere göre yüksek olmasına rağmen sadece "Yargılayabilme, Örtük Mesajları Görebilme" alt boyutunda ve ölçeğin genelinde fark kadınların lehine anlamlı bulunmuştur. "Bilgi Sahibi Olma", "Analiz Edebilme ve Tepki Oluşturabilme" alt boyutlarında anlamlı fark bulunamamıştır. Kadın antrenörler medya okuryazarlığı hakkında olayları yargılayabildiği örtük mesajları erkeklere göre daha iyi fark edebildiği söylenebilir. Benzer çalışmalarda Karataş (2008), Yılmaz (2013), Tatar (2016), Tuğla (2017) ve Ünlü (2017) çalışmalarında cinsiyet değişkenleri arasında anlamlı bir fark bulunamamışlardır. Bu da çalışmamızla kısmen de olsa paralellik göstermektedir.

Antrenörlük süresi parametresine göre antrenörlerin medya okuryazarlığı düzeylerine bakıldığında, "Bilgi Sahibi Olma", "Yargılayabilme, Örtük Mesajları Görebilme" alt boyutlarında ve ölçek genelinde anlamlı fark olduğu tespit edilmiştir. "Analiz Edebilme ve Tepki Oluşturabilme" alt boyutunda 0,05 anlamlılık düzeyinde bir fark gözlenmemiştir. Yiğit (2015) ve Ünlü ve ark.(2017) çalışmalarında sınıf öğretmenlerinin ve beden eğitimi öğretmenlerinin medya ve televizyon okuryazarlık düzeylerinin mesleki kıdem değişkenine göre anlamlı bir fark bulunamamıştır. Bu çalışmada ise "Analiz Edebilme ve Tepki



Oluşturabilme" alt boyutunda fark anlamlı bulunmamıştır. Diğer alt boyutlarda ve ölçek genelinde kıdemli antrenörlerin daha az kıdemlilere göre medya okuryazarlık hakkında daha çok bilgi sahibi oldukları, yargılama ve örtük mesajları görebilme düzeylerinin daha yüksek olduğunu görmekteyiz.

İnternet kullanma parametresine göre Antrenörlerin medya okuryazarlık düzeyleri ölçek genelinde ve tüm alt boyutlarında anlamlı fark bulunmamıştır. Karataş (2008), Banaz (2017) ve Ünlü ve ark. (2017) internet kullanımı medya okuryazarlık düzeyini arttırdığını belirtmişlerdir. Dolayısıyla bu çalışma ile benzerlik göstermemektedir.

Antrenörlerin medya okuryazarlık düzeylerinin haftalık gazete okuma sayısı parametresine göre farklılığı incelendiğinde, "Bilgi Sahibi Olma", "Yargılayabilme, Örtük Mesajları Görebilme" alt boyutlarında ve ölçek genelinde 0,05 anlamlılık düzeyinde bir fark gözlenmiştir. "Analiz Edebilme Ve Tepki Oluşturabilme" alt boyutunda 0,05 anlamlılık düzeyinde bir fark gözlenmemiştir. Karataş (2008), Ünlü ve ark. (2017) gazete okumak ile medya okuryazarlık arasındaki farkı anlamlı bulmuş olmaları bu çalışmayla örtüşmektedir.

İnternette vakit geçirme parametresine göre antrenörlerin medya okuryazarlık düzeyleri incelendiğinde, "Yargılayabilme, Örtük Mesajları Görebilme" alt boyutunda ve ölçeğin genelinde anlamlı fark olduğu görülmüştür. "Bilgi Sahibi Olma", "Analiz Edebilme ve Tepki Oluşturabilme" alt boyutlarında anlamlı fark yoktur. Benzer çalışmalarda Karataş (2008), Ünlü ve ark. (2017) internet kullanma sıklığı ile medya okuryazarlık arasında anlamlı bir ilişki bulmuşlardır.

Genel olarak çıkarılan sonuca göre antrenörlük süresi medya okuryazarlık seviyesini etkilediğini söyleyebiliriz. İnterneti kullanma veya kullanmama medya okuryazarlığı etkilememesine karşın interneti kullanma süresinin medya okuryazarlığı etkilediği görülmektedir. Haftalık gazete okuma medya okuryazarlık seviyesini arttırdığı sonucuna varılmıştır.

Sonuç olarak Karataş (2008), Çepni vd (2015) ve Uslu ve ark.(2015) çalışmalarında da belirtildiği gibi antrenörlerin medya okur yazarlık düzeylerinin yüksek olduğu sonucuna varılmıştır.

5.ÖNERİLER

- Medya okur yazarlık dersi her kademedede zorunlu olarak medya araçları ile uygulamalı verilmelidir.

-Yetişkinlere yönelik isteğe bağlı olarak halk eğitim merkezlerinde medya okuryazarlık kursları verilebilir.

-Haftalık gazete okuma ve internet kullanma sıklığı ile medya okuryazarlık arasında anlamlı ilişki olduğundan internet kullanımını ve gazete okumayı teşvik edici çalışmalar yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Alverman, E.Donna, Hagood, C. Margaret (2000). Critical Media Literacy Research, Theory and Practice in New Times. *The Journal of Educational Research*, Cilt: 93, Sayı: 3, ss.193-205.
- Andersen, Neil (2002). New Media and New Media Literacy. *Thinking Critically About Media: Schools and Families In Partnership Cable in the Classroom*, s. 193-205.
- Considine, David (2008). *Case For Media Literacy in Today's Schools*. www.medialit.org/reading_room/article368.html, (11.02.2010).
- Deveci, Handan ve Çengelci, Tuba (2008). Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarından Medya Okuryazarlığına Bir Bakış. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, Cilt:5, Sayı:2, ss.25-43.
- Hendrix, M. (1998). Media Literacy. *The English Journal*, s.4.
- İnceoğlu, Yasemin (2007). *Medyayı Doğru Okumak*. İstanbul: Kalemus Yayınları.
- Kıncal, Remzi, Y. ve Kartal, Osman Yılmaz (2009). Medya Okuryazarlığı Eğitimi. *Milli Eğitim Dergisi*, Sayı: 181, ss.318-333.
- Kutuoğlu, Ülfet (2007). *Medya Okuryazarlığı ve Çocuk Eğitimi*. İstanbul: Kalemus Yayınları.
- Levin, D. ve Diğ. (2004). *Navigating the Children's Media Landscape: A Parent's and Caregiver's Guide*. Washington DC: American Institutes for Research.
- Limberg, L. and Folkesson, L. (2006). *Undervisning informationssökning : slutrapport från projektet Informationssökning, didaktik och lärande*. Barbro Oxstrand (Translated by.), Borås: Valfrid, s. 23-68.
- Potter, W. J. (1998). *Media Literacy*. California: Sage Publications.
- Thoman, Elizabeth . ve JOLLS, Tessa, (2008). 21. Yüzyıl Okuryazarlığı: Medya Okuryazarlığına Genel Bir Bakış ve Sınıf İçi Etkinlikler. Çeviri: Chevat Elma ve Alper Kesten (Eds.), Ankara: Ekinoks Yayınevi.
- Topuz, Hıfzı (2007). Medya Eğitimi: Medya Çözümlemesi. *Medya Okuryazarlığı*, s.43-59.
- Uysal, M. (2006). *Medya ve şiddet. Toplumsal Bir Sorun Olarak Şiddet Sempozyumu*, Ankara.