



**T.C.
RECEP TAYYİP ERDOĞAN ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
TÜRKÇE VE SOSYAL BİLİMLER EĞİTİMİ ANABİLİM DALI**

**SOSYAL BİLGİLER DERSİ BAĞLAMINDA ORTAOKUL
ÖĞRENCİLERİNİN MEDYA OKURYAZARLIK
DÜZEYLERİNİN GİRİŞİMCİLİK DÜZEYLERİYLE İLİŞKİSİ:
RİZE İLİ ÖRNEĞİ**

(Yüksek Lisans Tezi)

Nazmiye BASKIN

**Danışman
Prof. Dr. İlhan TURAN**

**RİZE
2023**

KABUL VE ONAY

Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi Ana Bilim Dalında, Prof. Dr. İlhan TURAN danışmanlığında, Nazmiye BASKIN tarafından hazırlanan *Sosyal Bilgiler Dersi Bağlamında Ortaokul Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Düzeylerinin Girişimcilik Düzeyleriyle İlişkisi: Rize İli Örneği* başlıklı bu çalışma, 02/02/2023 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda oy birliği/oy çokluğuyla başarılı bulunarak jürimiz tarafından **Yüksek Lisans Tezi** olarak kabul edilmiştir.

Jüri Üyeleri

Unvanı, Adı Soyadı

İmza

Başkan : Doç. Dr. Özlem ULU KALIN

Üye : Prof. Dr. İlhan TURAN

Üye : Doç. Dr. Adem BELDAĞ

ETİK BEYAN

Sosyal Bilgiler Öğretmenliği Tezli Yüksek Lisans Programından mezun olmak üzere teslim ettiğim “Sosyal Bilgiler Dersi Bağlamında Ortaokul Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Düzeylerinin Girişimcilik Düzeyleriyle İlişkisi: Rize İli Örneği” adlı tezim, bilim ve araştırma etiği prensiplerine riayet edilerek tarafımdan yazılmıştır.

Tez çalışmamda, başka kaynaklardan aktarılan bütün bilgi ve alıntılar, Enstitünüz Tez Yazım Kılavuzuna uygun olarak açıkça gösterilmiştir. Kaynağı gösterilenler dışında kalan bütün bilgiler uygun araştırma yöntemi kullanılarak tarafımdan edinilmiş ve esere bu şekilde yansıtılmıştır. Şahsıma ait olmayan hiçbir bilgi, kasıt veya kusurlar, şahsıma aitmiş gibi gösterilmemiştir. İnternet kaynakları dâhil, sahibine/kaynağına atıf yapılmaksızın hiçbir bilgi kullanılmamıştır. Aksinin ortaya çıkması halinde doğacak bütün hukuki, idari, akademik ve etik sorumluluk tarafıma ait olacaktır. Eserin tesliminden sonra herhangi bir zamanda, bilim etiğine aykırılık tespit edilmesi ve / veya eserimle ilgili intihal veya intihal şeklinde anlaşılabilecek bir durumun ortaya çıkması halinde; Üniversiteniz ve eğitim kadronuzun hiçbir şekilde sorumlu tutulmayacağını hür irademle kabul, beyan ve taahhüt ederim.

02 /02/2023

Nazmiye BASKIN

ÖN SÖZ

Bu araştırmanın amacı, Sosyal Bilgiler dersi bağlamında ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeylerinin girişimcilik düzeyleriyle ilişkisini belirlemektir.

Akademik eğitimim ve tez araştırmamın bütün aşamalarında değerli fikirleri ve akademik bilgileriyle bana yol gösteren ve ihtiyacım olduğu her an ulaşabildiğim, birlikte çalışmaktan onur duyduğum aynı zamanda yapıcı eleştirileri ile yolumu aydınlatan danışman hocam Sayın Prof. Dr. İlhan TURAN'a katkılarından dolayı teşekkür ediyorum.

Lisans ve lisansüstü eğitimim süresince mesleki ve bilimsel bilgileri ve deneyimleri ile bana katkı sağlayan ve destekleyen hocalarım Sayın Prof. Dr. Yılmaz GEÇİT'e, Doç. Dr. Adem BELDAĞ'a, Doç.Dr. Ayşe SEYHAN'a Dr. Öğr. Üyesi Hasan BAĞ'a ve Dr. Öğr. Üyesi Gökhan KAHVECİ'ye değerli katkıları için teşekkürlerimi sunuyorum

Tez konusunda bana yardımcı olan değerli arkadaşlarım Zehra ÖZDEMİR'e Mert Kemal ARKAN'a, Ömer SEMİZ'e ve Ahmet Serdar ŞENTUNA'ya teşekkürlerimi sunarım.

Hayatım boyunca, her zaman her konuda destekleyen değerli annem Fidan BASKIN ve babam Mehmet BASKIN' abimlerim Sami BASKIN, Osman BASKIN, Hasan BASKIN ile kardeşlerim Hüseyin BASKIN, Abdülgani BASKIN ve Bilal BASKIN'a sonsuz teşekkür ediyorum.

Nazmiye BASKIN

2023/ RİZE

İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY	I
ETİK BEYAN.....	II
ÖN SÖZ	III
İÇİNDEKİLER	IV
ÖZET	IX
ABSTRACT.....	X
KISALTMALAR.....	XI
TABLolar LİSTESİ.....	XII
ŞEKİLLER LİSTESİ	XV
GİRİŞ	1
1.KAVRAMSAL ÇERÇEVE.....	9
1.1.Medya Okuryazarlığı	9
1.1.1.Medyanın Tanımı	9
1.1.2. Okuryazarlık kavramı	10
1.1.3. Medya Okuryazarlığı Tanımı ve Özellikleri	12
1.1.4. Medya Okuryazarlık Eğitiminin Amacı	13
1.1.5. Medya Okuryazarlığı Becerisi Olan Bireyin Özellikleri.....	14
1.1.6. Medya Okuryazarlığı Becerileri	15
1.1.7. Medya Okuryazarlığın Boyutları.....	17
1.1.8. Sosyal Bilgiler Dersinde Medya Okuryazarlığı Becerisinin Yeri	18
1.2.Girişimcilik	19
1.2.1.Girişimcilik Tanımı ve Özellikleri	19
1.2.2.Girişimciliğin Önemi.....	21
1.2.3.Girişimci Bireyin Özellikleri.....	21
1.2.4. Girişimcilik Eğitiminin Amacı	23
1.2.5. Sosyal Bilgiler Dersinde Girişimcilik Becerisinin Yeri	23
1.2.6. Medya Okuryazarlığı ve Girişimcilik Arasındaki İlişki.....	26
1.3. Araştırma ile İlgili Yapılan Çalışmalar	27
1.3.1. Medya Okuryazarlığı ile İlgili Yapılan Çalışmalar	27
1.3.2.Girişimcilik ile İlgili Yapılan Çalışmalar	37

1.3.3.Araştırma Konusu İle İlgili Yapılan Çalışmaların Genel Değerlendirilmesi	45
2.YÖNTEM	47
2.1. Araştırmanın Modeli	47
2. 2. Çalışma Grubu	48
2.2. 1. Nicel Çalışma Grubuna İlişkin Demografik Özellikler	49
2.2.1.1 Cinsiyet	49
2.2.1.2. Sınıf Düzeyi	49
2.2.1.3. Okul	50
2.2.1.4. Anne Eğitim Durumu	51
2.2.1.5. Baba Eğitim Durumu	51
2.2.1.6. Anne Mesleği	51
2.2.1.7. Baba Mesleği	52
2.2.1.8. Kardeş Sayısı	53
2.2.1.9. Gazete Okuma Sıklığı	53
2.2.1.10. İnternet Kullanma Sıklığı	53
2.2.1.11. Televizyon İzleme Sıklığı	54
2.2.1.12. Ailenin Toplam Aylık Geliri	54
2.2.1.13. Medyayı Kullanma Amacı	55
2.2.2. Nitel Çalışma Grubuna İlişkin Demografik Özellikler	56
2.3. Veri Toplama Araçları	56
2.3.1. Kişisel Bilgi Formu	56
2.3.3.Ortaokul Medya Okuryazarlığı Düzey Belirleme Ölçeği	57
2.3.4.Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu	58
2.4. Araştırmanın Veri Toplama Araçlarının Güvenirlik Analizi	59
2.4.1. Ortaokul Medya Okuryazarlığı Düzey Belirleme Ölçeğinin Güvenirlik Analizi	59
2.4.2. Ortaokul Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeğinin Güvenirlik Analizi	60
2.5. Verilerin Toplanması	61
2.6.Verilerin Analizi	62
2.6.1.Nicel Verinin Analizi	62

2.6.2.Nitel Verilerin Analizi.....	63
3.BULGULAR.....	64
3.1. Araştırmanın Nicel Bulguları.....	64
3.1.1. Nicel Verilerin Normallik Testi Sonuçlarına İlişkin Bulgular	64
3.1.2. Sosyal Bilgiler Dersi Bağlamında Ortaokul Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Düzeylerine İlişkin Bulgular	65
3.1.3. Sosyal Bilgiler Dersi Bağlamında Ortaokul Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Düzeyleri Boyut Bazında Değerlendirmesine İlişkin Bulgular....	65
3.1.4.Sosyal Bilgiler Dersi Bağlamında Ortaokul Öğrencilerinin Cinsiyet Değişkenine Göre Medya Okuryazarlık Düzeylerine İlişkin Bulgular	66
3.1.5. Sosyal Bilgiler Dersi Bağlamında Ortaokul Öğrencilerinin Sınıf Düzeyi Değişkenine Göre Medya Okuryazarlık Düzeylerine İlişkin Bulgular	66
3.1.6.Sosyal Bilgiler Dersi Bağlamında Ortaokul Öğrencilerinin Anne Eğitim Durumu Değişkenine Göre Medya Okuryazarlık Düzeylerine İlişkin Bulgular	69
3.1.7. Sosyal Bilgiler Dersi Bağlamında Ortaokul Öğrencilerinin Baba Eğitim Durumu Değişkenine Göre Medya Okuryazarlık Düzeylerine İlişkin Bulgular	71
3.1.8. Sosyal Bilgiler Dersi Bağlamında Ortaokul Öğrencilerinin Gazete Okuma Sıklığı Değişkenine Göre Medya Okuryazarlık Düzeylerine İlişkin Bulgular ..	73
3.1.9. Sosyal Bilgiler Dersi Bağlamında Ortaokul Öğrencilerinin İnternet Kullanma Sıklığı Değişkenine Göre Medya Okuryazarlık Düzeylerine İlişkin Bulgular	75
3.1.10. Sosyal Bilgiler Dersi Bağlamında Ortaokul Öğrencilerinin Televizyon İzleme Sıklığı Değişkenine Göre Medya Okuryazarlık Düzeylerine İlişkin Bulgular	77
3.1.11. Sosyal Bilgiler Dersi Bağlamında Ortaokul Öğrencilerinin Ailenin Toplam Aylık Geliri Değişkenine Göre Medya Okuryazarlık Düzeylerine İlişkin Bulgular	79
3.1.12. Sosyal Bilgiler Dersi Bağlamında Ortaokul Öğrencilerinin Girişimcilik Düzeylerine İlişkin Bulgular	81
3.1.13 Sosyal Bilgiler Dersi Bağlamında Ortaokul Öğrencilerinin Girişimcilik Düzeylerinin Boyut Bazında Değerlendirmesi.....	81

3.1.14. Sosyal Bilgiler Dersi Bağlamında Ortaokul Öğrencilerinin Cinsiyet Değişkenine Göre Girişimcilik Düzeylerine İlişkin Bulgular	82
3.1.15. Sosyal Bilgiler Dersi Bağlamında Ortaokul Öğrencilerinin Sınıf Düzeyi Değişkenine Göre Girişimcilik Düzeylerine İlişkin Bulgular	83
3.1.16. Sosyal Bilgiler Dersi Bağlamında Ortaokul Öğrencilerinin Anne Eğitim Durumu Değişkenine Göre Girişimcilik Düzeylerine İlişkin Bulgular.....	85
3.1.17. Sosyal Bilgiler Dersi Bağlamında Ortaokul Öğrencilerinin Baba Eğitim Durumu Değişkenine Göre Girişimcilik Düzeylerine İlişkin Bulgular.....	87
3.1.18. Sosyal Bilgiler Dersi Bağlamında Ortaokul Öğrencilerinin Gazete Okuma Sıklığı Değişkenine Göre Girişimcilik Düzeylerine İlişkin Bulgular	89
3.1.19. Sosyal Bilgiler Dersi Bağlamında Ortaokul Öğrencilerinin İnternet Kullanma Sıklığı Değişkenine Göre Girişimcilik Düzeylerine İlişkin Bulgular	91
3.1.20. Sosyal Bilgiler Dersi Bağlamında Ortaokul Öğrencilerinin Televizyon İzleme Sıklığı Değişkenine Göre Girişimcilik Düzeylerine İlişkin Bulgular	93
3.1.21. Sosyal Bilgiler Dersi Bağlamında Ortaokul Öğrencilerinin Ailenin Toplam Aylık Geliri Değişkenine Göre Girişimcilik Düzeylerine İlişkin Bulgular	95
3.1.22. Medya Okuryazarlığı İle Girişimcilik Arasındaki İlişkinin İncelenmesine İlişkin Bulgular.....	97
3.1.23. Medya Okuryazarlığının Girişimcilik Üzerindeki Etkisinin İncelenmesine İlişkin Bulgular.....	99
3.2. Araştırmanın Nitel Bulguları.....	100
3.2.1. Medya Okuryazarlığı Kavramına İlişkin Ortaokul Öğrencilerinin Görüşleri Nelerdir? Sorusuna İlişkin Bulgular	100
3.2.2. Girişimcilik Kavramına İlişkin Ortaokul Öğrencilerinin Görüşleri Nelerdir? Sorusuna İlişkin Bulgular	102
3.2.3. Ortaokul Öğrencilerinin Görüşlerine Göre Medya Okuryazarlığı İle Girişimcilik Becerisi Arasında Nasıl Bir İlişki Vardır? Sorusuna İlişkin Bulgular	105
3.2.4. Ortaokul Öğrencilerinin Görüşlerine Göre Medya Okuryazarlığı Olan Bireyin Sahip Olması Gereken Özellikler Nelerdir? Sorusuna İlişkin Bulgular	109

3.2.5. Ortaokul Öğrencilerinin Görüşlerine Göre Girişimci Olan Bireyin Sahip Olması Gereken Özellikler Nelerdir? Sorusuna İlişkin Bulgular.....	111
3.2.6. Ortaokul Öğrencilerinin Görüşlerine Göre Medyada Gördükleri, Onları Yeni Fikir Üretmeye Yönlendirdiğini Düşünüyorlar Mı? Sorusuna İlişkin Bulgular.....	113
4.TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER	123
4.1. Tartışma ve Sonuç.....	123
4.1.1.Araştırmanın Nicel Verilerine İlişkin Tartışma ve Sonuç.....	123
4.1.1.1.Sosyal Bilgiler Dersi Bağlamında Ortaokul Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Düzeylerine İlişkin Tartışma ve Sonuç.....	123
4.1.1.2. Sosyal Bilgiler Dersi Bağlamında Ortaokul Öğrencilerinin Girişimcilik Düzeylerine İlişkin Tartışma ve Sonuç.....	128
4.1.1.3. Sosyal Bilgiler Dersi Bağlamında Ortaokul Öğrencilerin Medya Okuryazarlık Düzeyleri İle Girişimcilik Düzeyleri Arasındaki İlişkiye Yönelik Tartışma ve Sonuç	131
4.1.2. Araştırmanın Nitel Verilerine İlişkin Tartışma ve Sonuç.....	132
4.2.Öneriler	135
KAYNAKÇA.....	137
EKLER.....	152
ETİK KURUL KARARLARI	161

Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

Ana Bilim Dalı : Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi

Tez Türü : Yüksek Lisans Tezi

Danışmanı : Prof. Dr. İlhan TURAN

Hazırlayan : Nazmiye BASKIN

Yıl : 2023

Sayfa Sayısı :171

ÖZET

SOSYAL BİLGİLER DERSİ BAĞLAMINDA ORTAOKUL ÖĞRENCİLERİNİN MEDYA OKURYAZARLIK DÜZEYLERİNİN GİRİŞİMCİLİK DÜZEYLERİYLE İLİŞKİSİ: RİZE İLİ ÖRNEĞİ

Günümüzde medya okuryazarlık ve girişimcilik becerileri hem yaşam boyu öğrenmenin hem de Sosyal Bilgiler öğretiminin iki önemli konusudur. Bu araştırma Sosyal Bilgiler öğretimi kapsamında yapılmış ve iki beceri birbiriyle ilişkilendirilerek ele alınmıştır. Çalışmanın amacı, Sosyal Bilgiler dersi bağlamında ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeylerinin girişimcilik düzeyleriyle ilişkisini belirlemektir. Bu araştırmanın evrenini 2020-2021 eğitim-öğretim yılında Rize il merkezinde ve ilçelerinde eğitim gören ortaokul öğrencileri oluşturmaktadır. Bu çalışma, hem nicel hem de nitel araştırma yöntemlerinin bir arada kullanıldığı karma yöntem yaklaşımına göre tasarlanmıştır. Araştırmanın nicel kısmına 700 ortaokul öğrencisi katılmıştır. Araştırmanın nitel kısmına ise 30 ortaokul öğrencisi katılmıştır. Bu çalışmada veri toplama aracı olarak “Kişisel Bilgi Formu”, “Ortaokul Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeği”, “Ortaokul Medya Okuryazarlığı Düzey Belirleme Ölçeği” ve “Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu” kullanılmıştır. Araştırmada kullanılan nicel verilerin analizi için istatistiksel olarak frekans, yüzde, ortalama ve standart sapma hesaplanmış; ikili gruplar için t-testi, ikiden fazla gruplar için tek yönlü varyans (ANOVA) analizi ve kruskal wallis testi, ilişkiyi belirlemek için korelasyon analizi, yordama gücünü belirlemek için regresyon analizi yapılmıştır. Araştırmanın nitel verileri içerik analiz tekniği ile değerlendirilmiştir. Çalışmanın nicel sonuçlarına göre: Öğrencilerin medya okuryazarlık düzeylerinin orta düzeyde olduğu, öğrencilerin girişimcilik düzeyleri ise yüksek düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Sosyal Bilgiler dersi bağlamında ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeylerinin girişimcilik düzeyleriyle ilişkisinin pozitif yönde orta düzeyde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Medya okuryazarlık düzeyinin girişimcilik düzeyinin anlamlı bir ölçüde yordayıcısı olduğu tespit edilmiştir. Araştırmanın nitel sonuçlarına göre: Ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlığı ile girişimcilik arasında ortak yönler olduğunu vurguladıkları ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Bilgiler Öğretimi, Sosyal Bilgiler, Medya Okuryazarlık, Girişimcilik, Ortaokul Öğrencileri

Recep Tayyip Erdogan University Graduate Education Faculty
Department :Turkish and Social Sciences Education
Type :Master's Thesis
Supervisor :Prof. Dr. İlhan TURAN
Author :Nazmiye BASKIN
Year :2023
Number of pages :171

ABSTRACT

THE RELATIONSHIP BETWEEN SECONDARY SCHOOL STUDENTS' MEDIA LITERACY AND ENTREPRENEURSHIP LEVELS IN THE CONTEXT OF SOCIAL STUDIES SCHOOL SUBJECT: CASE OF RIZE PROVINCE

Today, media literacy and entrepreneurship skills are two important subjects of both lifelong learning and Social Studies teaching. This study has been carried out within the scope of Social Studies teaching and the two skills were dealt with by correlating them with each other. The aim of the study is to determine the relationship between the media literacy levels of secondary school students and their entrepreneurship levels in the context of the Social Studies school subject. The universe of this research consists of secondary school students studying in the city center and districts of Rize in the 2020-2021 academic year. This study was designed according to the mixed method approach in which both quantitative and qualitative research methods are used together. 700 secondary school students participated in the quantitative part of the study. 30 secondary school students participated in the qualitative part of the study. In this study, "Personal Information Form", "Entrepreneurship Scale for Secondary School Students", "Secondary School Media Literacy Level Determination Scale" and "Semi-structured Interview Form" were used as data collection tools. Frequency, percentage, mean and standard deviation were calculated statistically for the analysis of the quantitative data used in the research; t-test for paired groups, one-way analysis of variance (ANOVA) and crusal wallis test for groups of more than two, correlation analysis to determine the relationship, and regression analysis to determine the predictive power were used. The qualitative data of the research were evaluated by content analysis technique. According to the quantitative results of the study, it has been determined that the media literacy levels of the students are at a medium level, and the entrepreneurship levels of the students are at a high level. In the context of Social Studies school subject, it has been concluded that the media literacy levels of secondary school students are positively moderately correlated with their entrepreneurship levels. It has been determined that the level of media literacy is a significant predictor of the level of entrepreneurship. According to the qualitative results of the research, It has been revealed that secondary school students emphasize that there are common aspects between media literacy and entrepreneurship.

Keywords: Social Studies Teaching, Social Studies, Media Literacy, Entrepreneurship, Secondary School Students

KISALTMALAR

Akt.	:	Aktaran
ed.	:	Editör
f	:	Frekans
K	:	Katılımcı
MEB	:	Millî Eğitim Bakanlığı
N	:	Katılımcı sayısı
RTÜK	:	Radyo ve Televizyon Üst Kurulu
SBDÖP	:	Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı
TDK	:	Türk Dil Kurumu
vb.	:	Ve benzeri
yy.	:	Yüzyıl

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1. Katılımcıların cinsiyet değişkenine göre dağılımı	49
Tablo 2. Katılımcıların sınıf düzeyi değişkenine göre dağılımı.....	50
Tablo 3. Katılımcıların okul değişkenine göre dağılımı	50
Tablo 4. Katılımcıların anne eğitim durumu değişkenine göre dağılımı	51
Tablo 5. Katılımcıların baba eğitim durumu değişkenine göre dağılımı	51
Tablo 6. Katılımcıların anne meslek türü değişkenine göre dağılımı	51
Tablo 7. Katılımcıların baba meslek türü değişkenine göre dağılımı	52
Tablo 8. Katılımcıların kardeş sayısı değişkenine göre dağılımı	53
Tablo 9. Katılımcıların gazete okuma sıklığı değişkenine göre dağılımı	53
Tablo 10. Katılımcıların internet kullanma sıklığı değişkenine göre dağılımı	54
Tablo 11. Katılımcıların televizyon izleme sıklığı değişkenine göre dağılımı	54
Tablo 12. Katılımcıların ailenin toplam aylık geliri değişkenine göre dağılımı	55
Tablo 13. Katılımcıların medyayı kullanma amacı değişkenine göre dağılımı	55
Tablo 14. Görüşmeye katılan öğrencilere ilişkin bilgiler.....	56
Tablo 15. Ölçeğin madde ve faktörlerine ilişkin bilgiler	58
Tablo 16. Ortaokul medya okuryazarlığı düzey belirleme ölçeğinin toplamına ve alt boyutlarına ilişkin hesaplanan Cronbach Alpha güvenirlik katsayıları	60
Tablo 17. Ortaokul öğrencilerine yönelik girişimcilik ölçeğinin toplamına ve alt boyutlarına ait hesaplanan Cronbach Alpha güvenirlik katsayıları	60
Tablo 18. Ölçme Araçlarına İlişkin Normallik Testi Sonuçları.....	64
Tablo 19. Ortaokul medya okuryazarlığı düzey belirleme ölçeğini boyut ve toplam	65
Tablo 20. Ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlığı düzeylerinin cinsiyetlerine göre farklılık gösterip göstermediğine ilişkin T-testi sonuçları.....	66
Tablo 21. Ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlığı düzeylerinin sınıf değişkenine göre değişimini gösteren ANOVA analiz	68
sonuçları.....	68
Tablo 22. Ortaokul öğrencilerinin anne eğitim durumu değişkenine göre medya okuryazarlık düzeylerine ilişkin ANOVA analiz.....	70
sonuçları.....	70
Tablo 23. Ortaokul öğrencilerinin baba eğitim durumu değişkenine göre medya okuryazarlık düzeylerine ilişkin ANOVA analiz sonuçları.....	72

Tablo 24. Ortaokul öğrencilerinin gazete okuma sıklığı değişkenine göre medya okuryazarlık düzeylerine ilişkin ANOVA analiz sonuçları	74
Tablo 25. Ortaokul öğrencilerinin internet kullanma sıklığı değişkenine göre medya okuryazarlık düzeylerine ilişkin ANOVA analiz sonuçları	76
Tablo 26. Ortaokul öğrencilerinin televizyon izleme sıklığı değişkenine göre medya okuryazarlık düzeylerine ilişkin ANOVA analiz sonuçları	78
Tablo 27. Ortaokul öğrencilerinin ailenin toplam aylık geliri değişkenine göre medya okuryazarlık düzeylerine ilişkin ANOVA analiz sonuçları	80
Tablo 28. Ortaokul öğrencilerinin girişimcilik düzeylerinin boyut bazında değerlendirmesi.....	82
Tablo 29. Ortaokul öğrencilerinin girişimcilik düzeylerinin cinsiyetlerine göre farklılık gösterip göstermediğine ilişkin T-testi sonuçları	82
Tablo 30. Ortaokul girişimcilik düzeylerinin sınıf değişkenine göre değişimini gösteren ANOVA analiz sonuçları	84
Tablo 31. Ortaokul öğrencilerinin anne eğitim durumu değişkenine göre girişimcilik düzeylerine ilişkin ANOVA analiz sonuçları	86
Tablo 32. Ortaokul öğrencilerinin baba eğitim durumu değişkenine göre girişimcilik düzeylerine ilişkin ANOVA analiz sonuçları	88
Tablo 33. Ortaokul öğrencilerinin gazete okuma sıklığı değişkenine göre girişimcilik düzeylerine ilişkin ANOVA analiz sonuçları	90
Tablo 34. Ortaokul öğrencilerinin internet kullanma sıklığı değişkenine göre girişimcilik düzeylerine ilişkin ANOVA analiz sonuçları.....	92
Tablo 35. Ortaokul öğrencilerinin televizyon izleme sıklığı değişkenine göre girişimcilik düzeylerine ilişkin ANOVA analiz sonuçları.....	94
Tablo 36. Ortaokul öğrencilerinin ailenin toplam aylık geliri değişkenine göre girişimcilik düzeylerine ilişkin ANOVA analiz sonuçları.....	96
Tablo 37. Medya okuryazarlığını oluşturan boyutlar ile girişimcilik boyutları arasındaki ilişkiye yönelik korelasyon tablosu	98
Tablo 38. Medya okuryazarlığın girişimcilik üzerindeki etkisine ilişkin basit regresyon analizi sonuçları	100
Tablo 39. Medya okuryazarlığı kavramına ilişkin ortaokul öğrencilerinin görüşleri	101

Tablo 40. Girişimcilik kavramına ilişkin ortaokul ğrencilerinin görüşleri	103
Tablo 41. Medya okuryazarlığı ile girişimcilik arasındaki ilişkiye yönelik ortaokul ğrencilerinin görüşleri.....	105
Tablo 42. Medya okuryazarı olan bireyin sahip olması gereken özelliklerin neler olduğuna ilişkin ğrenci görüşleri	109
Tablo 43. Girişimci olan bireyin sahip olması gereken özelliklerin neler olduğuna ilişkin ğrenci görüşleri	111
Tablo 44. Ortaokul ğrencilerinin görüşlerine göre medyada gördükleri, onları yeni fikir üretmeye nasıl yönlendirdiğine ilişkin ğrenci görüşleri.....	113



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil1.Girişimci bireyin özellikleri.....	28
---	----



GİRİŞ

Günümüzde yaşamın her alanında baş döndürücü hızda değişimler ve gelişmeler yaşanmaktadır. Her bir gelişme çok farklı alanlarda etkiye sahip olmaktadır. Teknolojik bir ilerleme yaşamın sosyal, ekonomik, teknolojik, psikolojik, sağlık, kültürel ve eğitim gibi pek çok alanını etkileyebilmektedir. Bu yüzden değişim ve gelişmelere uyum sağlayan, araştıran, sorunlara farklı açılardan bakan ve yaratıcı çözüm üreten bireylere duyulan ihtiyaç gün geçtikçe artmaktadır (Eroğlu ve Deveci, 2021). Bununla birlikte bilgiye erişiminin kolaylaşması ve geniş çaplı rekabetçi alanların oluşması da bireylerin yeni becerilere sahip olmasını zorunlu hale getirmektedir (Keleş, 2021). Bu da bireylerin içinde bulunduğu koşullara uyum sağlayabilmesi için kendilerini çok yönlü yetiştirmeleri ve kendilerini sürekli geliştirmeleri anlamına gelmektedir. Tüm bunlar, okullarda Sosyal Bilgiler dersinin önemini gün yüzüne çıkarmaktadır. Çünkü bu ders, bireyin çok yönlü gelişmesini hedefleyen bir öğrenme alanının üzerine inşa edilmiştir.

Sosyal Bilgiler; bireyin gelişim ve değişime uyum sağlayabilmesi, içinde yaşadığı toplumu, yakın çevresini, kendini tanıması, öğrenmesi, aktif, katılımcı vatandaş olarak hayatın içerisinde bulunabilmesinde etkili bir derstir (Aydemir ve Adamaz, 2017). Günümüzde bireylerin dünyada olup bitenler hakkında bilgiye erişim sağlayabilmesi, ulaştığı bilgiyi kullanabilmesi için farklı disiplinlere ait bilgileri ve becerileri kullanmaya ihtiyaç duymaktadır. Bu becerilerin kazandırılmasını sağlayan disiplinlerarası içerikli ders ise Sosyal Bilgiler dersidir. Deveci ve Çengelci (2008)'ye göre öğrencilerin etkin vatandaşlık arayışları, güncel olaylar hakkında farkındalık yaratmaları, medya haberlerini anlamaları ve yorumlar oluşturmaları Sosyal Bilgiler dersi içeriğinin birer parçasıdır. Sosyal Bilgiler eğitimi, yaşama uyum sağlayabilen ve çeşitli niteliklerle donatılmış vatandaş yetiştirmeyi amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda nitelikli birey; üreten, problem çözen, iletişim kuran, kararlı olan, girişimci, empati kurabilen, topluma ve kültüre katkı sağlayabilen özelliklere sahip kişi olarak tanımlanmaktadır (MEBa, 2018).

Sosyal Bilgiler dersi, teknoloji ile birlikte eğitim sürecinde bazı değişim ve gelişimlere bağlı olarak 2018 Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programında (SBDÖP) bireylere kazandırılması hedeflenen becerilere odaklanmaktadır. Buna bağlı olarak değişen koşullar doğrultusunda SBDÖP'ye yeni beceriler eklenmiştir.

Beceri; bilgi gerektiren, başarı içeren, öğrenme sürecinde kazanılması, geliştirilmesi ve öğrencinin yaşamına aktarılması amaçlanan bir yetkinliktir (Gömleksiz ve Kan, 2009). 2018 Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı'nda *temel beceriler* başlığı altında kazandırılmak istenen; *araştırma, çevre okuryazarlığı, değişim ve sürekliliği algılama, dijital okuryazarlık, eleştirel düşünme, empati, finansal okuryazarlık, girişimcilik, gözlem, harita okuryazarlığı, hukuk okuryazarlığı, iletişim, iş birliği, kalıp yargı ve önyargıyı fark etme, kanıt kullanma, karar verme, konum analizi, medya okuryazarlığı, mekanı algılama, özdenetim, politik okuryazarlık, problem çözme, sosyal katılım, tablo, grafik ve diyagram çizme ve yorumlama, Türkçeyi doğru, güzel ve etkili kullanma, yenilikçi düşünme, zaman ve kronolojiyi algılama* olmak üzere toplam 27 tane beceri yer almaktadır (MEBa, 2018). Bu çalışma kapsamında sadece “medya okuryazarlığı” ve “girişimcilik” becerilerine odaklanılmıştır (MEBa, 2018).

RTÜK’e (2016) göre medya okuryazarlığı; medya iletilerine erişme, analiz etme, yorumlama, değerlendirme, derleme ve gerektiğinde yayma becerilerinin tamamıdır. Medya okuryazarlığının farklı boyutlardan, eleştirme ve üretme yeteneğinden oluştuğu vurgulanmaktadır (Özel, 2020). Medya okuryazarlığı becerisinin amacı; bireyin medyada iletilen mesajların doğru algılanması, eleştirel bir bakış açısıyla bakabilmesi, medyanın yönetme ve yönlendirme gibi bir işlevi olduğunun farkına varması ve medya iletenlerinin kendi düşüncelerini kabul ettirme çabası içinde olabileceğini değerlendirilmesidir (Aktı, 2011). Bireyin, toplumun aktif bir ferdi olabilmesi, kendi yaşam biçimlerini şekillendirebilmesi, özgürce düşünebilmesi, farklı bakış açıları kazanabilmesi için okuryazarlık becerilerini geliştirmesi gerekmektedir (Kurudayıoğlu ve Tüzel, 2010). Okul, bunu gerçekleştirecek önemli bir kazanım merkezidir. Öğrencilerin her türlü medya ortamında yetkin, eleştirel okur-yazar olmaları, onları duyduklarından ve gördüklerinden etkilenmeyen, kontrol sahibi bireyler haline (Kıran, 2020) getirmeyi amaçlar. Bu hedeflerin gerçekleşmesi ancak girişimci kişilerin varlığıyla mümkündür. Bu yüzden medya okuryazarlığını girişimcilik becerisiyle birlikte ele almakta fayda vardır.

Girişimcilik, insanların günlük yaşamında, mesleki hayatında, toplumsal ve bireysel sosyoekonomik faaliyetlerini gerçekleştirirken karşılarına çıkan fırsatları iyi

değerlendirmelerine olanak tanıyan disiplinler arası bir beceridir (Başar, 2013: 3). Girişimcilik, bireyin hem sosyal yaşamındaki ilişkilerini hem de ileriye dönük kendi ekonomik yaşamını kendi çabasıyla belirleme (Çağrıtekin, 2021) olanağı verir. Böyle yetişen kişiler, Ortaakarsu ve Can'a (2019) göre; etrafında kimsenin fark etmediği fırsatları, ihtiyaçları görebilir, fikirlerini gerçekleştirebilmek için gerekli kaynakları bir araya getirebilir, yenilikçi ve risk alabilirler. Girişimci kişiler, yeni meslekleri tanıma ve gelecekteki mesleklerin seçiminde etkili olan araştırmacı, yenilikçi ve sorgulayıcı gibi kişisel özelliklere sahiptirler.

Her alanda teknolojik yeniliklerin yaşanması, bireylerin bu yenilikleri yakından takip etmek için medyayı kullanması, bilinçli ve girişimci bireylerin yetişme ihtiyacını ortaya çıkarmaktadır. Bu ihtiyaç doğrultusunda girişimcilik faaliyetleri günümüzde değişmekte ve daha fazla insanla daha hızlı bir şekilde iletişim sağlamak için medya araçları kullanılmaktadır. Medya araçlarını kullanan girişimci birey sayesinde medya okuryazarlığı toplumun ve bireylerin ihtiyaçlarını daha iyi analiz edip gördüğü boşluğu doldurmaya ve fırsata çevirmeye çalışmaktadır. Özellikle günümüzde yaşanan sağlık sorunlarından dolayı insanlar işlerini medya araçlarıyla yürütmeye çalışmaktadır. Bu nedenle yeni ortamlar oluşmakta ve girişimcilik faaliyetleri bu ortamlarda daha fazla yapılmaktadır. Bu bağlamda medya okuryazarlığı, iletilen mesajları anlama, yorumlama ve süzgeçten geçirme becerisidir. Ayrıca bireyin iletişim kurması, medya ortamlarında risk alması, kendi güvenliğiyle ilgili kararlar alması, analiz ve değerlendirme yapması için gereken özellikleri de içermektedir. Girişimcilik ise bireyin; farkındalık, iletişim, risk alma, fırsata çevirme, analiz ve değerlendirme yapmasını içermektedir. Medya okuryazarlığı ile girişimcilik arasında ortak özelliklerin olması, bu becerilerin birbirinden bağımsız olmadıkları düşüncesinden hareketle medya okuryazarlığı ve girişimcilik düzeyleri arasındaki ilişkiyi bilme ihtiyacını ortaya çıkarmıştır.

Araştırmanın Problem Durumu

Günümüzde bireyin ve toplumun şekillenmesinde yaşanan gelişmeler ve değişimler önemli rol oynamaktadır. Bireylerin yaşanan değişimlere uyum sağlayabilmeleri, yoğun ve hızlı üretilen bilgi içerisinde doğru bilgiye ulaşabilmeleri, günlük yaşamı kolaylaştırması bakımından önem taşımaktadır.

Bireyin sahip olduğu bilgileri ürüne dönüştürmek, analiz etmek, değerlendirmek için mevcut bilgi ve beceriler yetersiz kalmaktadır (Keleş, 2021). Bundan dolayı bireyin, sürekli ve hızlı değışen yaşam şartlarına uyum sağlayabilmek için kendini yenilemesi gerektiğı düşünölmektedir. Bu bağlamda ortaokul öğrencilerinin derslerde sadece bilgiyi alan konumunda olması öğrenmeleri açısından yetersiz kalmasını sağlamaktadır. Günümüzde öğrencilerin öğrendikleri bilgileri günlük yaşamında kullanılabilecek niteliklere sahip olması beklenmektedir. İyi bir ortaokul öğrencisi, medyayı iyi okuyabilen ve girişimci özellikleri birleştirerek harekete geçiren, bilinçli ve aktif bir şekilde kullanabilen bireydir. Daha nitelikli bireylerin yetişmesi açısından küresel ve bölgesel gelişmeleri okuyabilen, anlayabilen, ona göre davranan bireyleri yetiştirecek programlar ve buna uygun kazanımlar hazırlanmaktadır. Milli Eğitim Bakanlığı, bu hususu göz önünde bulundurarak 2018 Ortaokul Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı'nda girişimcilik ve medya okuryazarlığı adı altında iki farklı beceriye yer vermiştir (MEBa, 2018).

Medya okuryazarlığı becerisi; bireylerin medya iletilerin doğru anlamalarını, medya kültürünü bu doğrultuda analiz etmelerini ve farklı bakış açıları kazanmalarını sağlayan bir medya bilinci oluşturmayı amaçlamaktadır (Kurt ve Kürüm, 2010). Girişimcilik ise işin daha çok yeni fırsatları fark etmek, gelişen şartlara uyum sağlamak ve var olanı ekonomik bir kazanca dönüştürmeyi ilgilendirmektedir. Bu bakımdan girişimciliğı, günümüzde üretimin önemli bir unsuru olarak görmek mümkündür. Girişimci ise mevcut kaynakların sınırlılığını ve toplumun ihtiyaçlarını göz önünde bulundurarak ekonomik kaynakların düşük verimli alanlardan yüksek verimli alanlara aktarılması aşamasında çok önemli bir rol üstlenmektedir. Tüm bu unsurları, göz önünde bulunduran, risk alan, yaratıcı, yenilikçi, üretken özelliklere sahip bireylerin iyi bir girişimci yeterliliğinden bahsedilmektedir (MEBa, 2018). Bu iki becerinin birey açısından önemi vurgulanmaktadır. Literatür incelendiğinde medya okuryazarlığı ile ilgili (Aksoy, 2021; Aktı, 2011; Altun, 2010; Apak, 2008; Banaz, 2017; Bilici, 2011; Çelik, 2011; Çetinkaya, 2008; Çinelioğlu, 2013; Çoşan, 2019; Dolanbay, 2018; Görmez, 2014; Güner, 2011; İçelli, 2017; İnan, 2010; Kartal, 2007; Kotan, 2022; Özay, 2014; Özel, 2018; Semiz, 2013; Sur, 2012; Tan, 2015; Tanrıkulu, 2019; Türkan, 2019; Yardım, 2019; Yıldırım, 2017) gibi birçok kişinin bu konuda çalışma yaptığı görölmektedir. Girişimcilikle ilgili ise (Akyürek, 2013; Altıntop, 2015; Armut, 2018;

Arslan, 2016; Ataseven, 2016; Budak, 2019; Çalışır, 2019; Çelik, 2014; Çetin, 2015; Deveci, 2016; Eroğlu, 2019; Kahya, 2016; Karakılçık, 2020; Koçyiğit, 2013; Köstekçi, 2016; Sönmez, 2017; Tarhan, 2018; Yıldırım, 2020) çalışmalarda bulunulmuştur.

Literatür daha ayrıntılı incelendiğinde medya okuryazarlığı ile ilgili mevcut araştırmaların, medya okuryazarlığının seçmeli ders olarak ele alınması, öğretmen ve öğretmen adaylarının düzeyleri, eleştirel düşünme, yaratıcı düşünme gibi becerilerle ilişkilendirilmesi, öğretmen ve öğrenci görüşleri gibi konuların işlendiği rahatlıkla görülmektedir. Girişimcilik ile ilgili yapılan çalışmalarda ise girişimciliğin yenilikçilik, yaratıcı, yansıtıcı ve eleştirel düşünme becerileriyle ilişkilendirilmesi, öğretmenlerin ve öğrencilerin girişimcilik düzeylerinin belirlenmesi, girişimcilik eğitime yönelik bu gibi çalışmaların ön plana çıktığı görülmektedir. Bu çalışmaların hiçbirisi ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeylerinin girişimcilik düzeyleriyle ilişkisini konu almamaktadır. Hem medya araçlarının gittikçe artan rolleri hem de girişimciliğin sınır tanımayan boyutu ve iki konunun birbiriyle kesişen pek çok yönünün olması göz önünde bulundurulduğunda iki becerinin ilişkilendirilerek çalışılmaması bir eksikliktir. Bu nedenle araştırma “Sosyal Bilgiler dersi bağlamında ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeylerinin girişimcilik düzeyleriyle ilişkisi var mıdır?” problem cümlesi üzerine inşa edilerek ele alınmıştır.

Alt Problemler

Ana problem cümlesi temel alınarak alt problem olarak aşağıda verilen sorulara yanıt aranmıştır:

1. Sosyal Bilgiler dersi bağlamında ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeyleri nasıldır?
2. Sosyal Bilgiler dersi bağlamında ortaokul öğrencilerinin girişimcilik düzeyleri nasıldır?
3. Sosyal Bilgiler dersi bağlamında ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlık ve girişimcilik düzeyleri “Cinsiyet, sınıf düzeyi, anne eğitim durumu, baba eğitim durumu, gazete okuma sıklığı, internet kullanma sıklığı, televizyon izleme sıklığı ve ailenin toplam aylık geliri” değişkenlerine göre farklılaşmakta mıdır?
4. Sosyal Bilgiler dersi bağlamında ortaokul öğrencilerin medya okuryazarlık

- düzeyleri ile girişimcilik düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?
5. Sosyal Bilgiler dersi bağlamında ortaokul öğrencilerin, medya okuryazarlık düzeyleri girişimcilik düzeylerini anlamlı ölçüde yordamakta mıdır?
 6. Medya okuryazarlığı ve girişimcilik kavramına ilişkin ortaokul öğrencilerinin görüşleri nelerdir?

Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, Sosyal Bilgiler dersi bağlamında ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeylerinin girişimcilik düzeyleriyle ilişkisini belirlemektir.

Araştırmanın Önemi

Medya, toplumsal hayatın önemli bir figürü haline gelmiştir. Bu figürü değerlendirebilmek, iyi okumak ve amacına uygun kullanabilmek için girişimci bir ruha sahip olmak gerekir. Bu bağlamda medya okuryazarlığı, hem bireylere hem de topluma bilgi edinme hakkını aşlamayı sağlamakla birlikte şeffaflığı ve medya kaynaklarının olabildiğince etkin kullanımını teşvik etmeyi amaçlamaktadır. Bilgi kaynaklarının tespit edilmesi, şeffaf hale getirilmesi, kaynakları kullanma becerisinin kazanılması, sosyal ve kültürel bağlamda köklü bir girişimcilik becerisi inşa etmekle ilgilidir. Birbiriyle ilişkili bu iki durumu geliştirebilmek için 2018 Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı'nda medya okuryazarlığı ve girişimcilik becerilerine yer verilmiştir.

Bu çalışmanın, girişimcilik kavramı ve medya okuryazarlığı ile ilgili araştırma alanına iki beceri arasındaki ilişkinin mevcut düzeyini göstererek katkı sağlaması beklendiği için önem taşımaktadır. Bireylerin medya okuryazarlığı düzeylerinin girişimcilik düzeyleriyle ilişkisinin bilinmesi eğitim gördükleri kurumlarda ve Sosyal Bilgiler dersinde etkinliklerin ve dersin içeriğinin zenginleştirilmesi bakımından faydalı olacaktır. Araştırma buna veri sağlayacağı gibi medya okuryazarlığı ve girişimcilik becerileri konusunda çalışacak eğitimcilere farklı bir bakış açısı kazandıracaktır.

Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu çalışma, Sosyal Bilgiler dersi kapsamında yer alan girişimcilik ve medya okuryazarlığı becerileri çerçevesinde yürütülmektedir. Bu araştırma;

1. Ortaokul öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeği,
2. Ortaokul Medya Okuryazarlığı Düzey Belirleme Ölçeği,
3. Kişisel Bilgi Formu,
4. Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu,
5. Veri toplama yeri Rize ili merkez ve ilçe ortaokullarındaki 5. , 6. ve 7. sınıf öğrencileri,
6. 2020-2021 eğitim öğretim yılı ile sınırlı tutulmuştur.

Araştırmanın varsayımları

1. Araştırmaya katılan öğrencilerin, veri toplama araçlarına verecekleri cevaplarda öğrencilerin gönüllü, içtenlikle cevap verdikleri ve belirtilen durumların doğru olduğu varsayılmıştır.

Tanımlar

Sosyal Bilgiler: “Sosyal Bilgiler, sosyal bilimler içeriğini öğrencinin düzeyine göre bütünleştiren, öğrencilere yurttaşlık bilgi, beceri ve değerleri kazandıran bir çalışma alanıdır” (Çengelci, 2013).

Beceri: “Kişinin eğilim ve eğitimine bağlı olarak bir görevi yerine getirme ve bir işlemi amaca uygun olarak sonuçlandırma yeteneği, maharet” olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2022).

Medya: “Kişiler arası iletişimi sağlayan teknolojileri ve uygulamaları ile spesifik olarak gazeteler, radyo, televizyon ve internet uygulamaları gibi kitle iletişimini sağlayan ortamlarını da içermektedir” (Bilici, 2014:5).

Okuryazarlık: “Hayatın her alanında veya anında ihtiyaç duyulan yazılı veya sözlü çeşitli kaynaklardan bilgiye ulaşmak, bu bilgiyi algılamak, yorumlamak, elde edilen bilgiyi kullanmak ve yeni bilgi paylaşmak için oluşturulmuş bir araçtır” (Ateş ve Aşçı, 2021).

Medya Okuryazarlığı: “Yazılı, görsel ve dijital formattaki her tür bilgi ve habere erişme, bunları yorumlama, analiz etme, üretme ve değerlendirme becerisidir” (Görmez, 2014).

Girişimci: “Çevresiyle iletişimi güçlü olan, risk alabilen, azimli ve olumsuzluklar karşısında vazgeçmeyen, sorumluluk alabilen, özgüvenli olan kişiler olarak tanımlanır” (Karakılçık, 2020).

Girişimcilik: “Girişimcilik, çalışanların ve bireylerin günlük hayatlarında, iş hayatlarında ve toplum içerisinde sosyal, ticari faaliyetlerini gerçekleştirirken karşılaşılabilecekleri fırsatları daha iyi görüp anlamalarına yardımcı olan bunun yanı sıra birçok disiplini kapsayan şemsiye bir kavramdır” (Başar, 2013:3).



1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Çalışmanın bu bölümünde medya okuryazarlığı ve girişimcilik becerileri ile ilgili bilgiler verilerek medya okuryazarlığı tanımı, özellikleri, medya okuryazarlığı eğitimin amacı, Sosyal Bilgiler Öğretim Programında medya okuryazarlığı ve girişimcilik tanımı, girişimci bireyin özellikleri, Sosyal Bilgiler Öğretim Programında girişimcilik becerisi ile ilgili literatür sunulmuştur. Bunun yanında, medya okuryazarlığı ve girişimcilik ile ilgili yapılan araştırmalar özetlenmiştir.

1.1. Medya Okuryazarlığı

1.1.1. Medyanın Tanımı

1920'li yıllardan beri kullanılan medya terimi, etimolojisini Latince'de araç ve ortam anlamına gelen "medium" kelimesinin çoğul halinden almaktadır (Ankaralıgil, 2009). Medya, Türk Dil Kurumu Büyük Sözlüğünde ise *iletişim ortamı, kitle iletişim araçları* demektir (TDK, 2022). Medya, basılı; gazete, telgraf, dergi, broşür, faks, posta, katalog vb. araçları ve basılı olmayan; internet, televizyon, radyo, bilgisayar, müzik, çağrı cihazları, film, cep telefonları, sosyal medya ortamları, dijital ile elektronik araç gibi geniş bir alanı kapsayan kitle iletişim araçları ve iletişim ortamı olarak tanımlanabilir.

Medyanın tanımlarında ifade edilen “ortam” bir bireyin bilgisayarda internete bağlanarak e-postalarını kontrol eden, oyun oynayan, ihtiyaçları doğrultusunda araştırma yapan, müzik dinleyen, çevrimiçi toplantılar yapan, eğitimlere katılan, video izleyen veya çeken kişi için “bilgisayardır”. Ayrıca “ortam” cep telefonundan sosyal medya ortamına girip iletişim kuran için “cep telefonu”; TV izleyen için de “televizyon” dur. Başka bir tanıma göre medya: Her türlü görsel medya (resimler, simgeler, fotoğraflar vb.) hem görsel hem de işitsel (şarkılar, ses efektleri, filmler ve müzik klipleri gibi) ortamlar veya yazılı ortamlar (kitaplar ve dergiler gibi) olarak kabul edilmektedir (Mora, 2008; Çakmak, 2013).

Medya, insanları bilgilendirme amacıyla başlangıçta basılı olan gazete, kitap gibi araçları kullanmış ancak 18.yy. da endüstri devrimi sonrasında radyo, televizyon, bilgisayar, internet, cep telefonlarına medya araçlarının eklenmesiyle farklı ve yeni bir boyut kazanmıştır (Kara, 2019). Özellikle teknoloji ve internetin gelişip yaygınlaşması

ile insanlar arasında eş zamanlı bilgi paylaşımı, iletişimin sağlanmasının yanı sıra sosyal medya ortamları ortaya çıkmasıyla medya kavramı genişlemeye başlamıştır (Üztemur ve Dinç, 2020). Bu genişleme ile birlikte medya, insanların çevresiyle olan etkileşim ve iletişimini, aralarındaki ilişkiyi düzenleyen bir kavram (Varol ve Çelik Varol, 2019) haline gelmiştir. Günümüzde iletişimin vazgeçilmez birer parçası haline gelen Twitter, Web sayfaları, mobil uygulamalar, Facebook, Instagram, WhatsApp, Reddit, Lasso, Telegram, Tiktok gibi araçlar dünyadaki insanlar arasındaki iletişim anlık ve çok hızlı bir biçimde gerçekleştirebilmektedir. Bu hızlı iletişim, beraberinde çeşitli avantaj ve dezavantajlar da getirmektedir. Medya, insanların sosyalleşmeleri ve öğrenmeleri üzerinde etkili olmaktadır. Kişilerin aradıkları bilgileri bulması, herhangi bir şey için temel kuralları görmesi ve anlaması, dünyayı tanıması, arkadaş ilişkilerini geliştirmelerinde (Atci, 2022) faydalı olmaktadır. Kitle iletişim teknolojisinin ve medyanın baş döndürücü gelişimi ile her şeye ulaşabilmek, anında bir şeyden haberdar olabilmek güzel olsa da medyanın etkisiyle kolay manipüle olmayı, olayları yanlış yorumlamayı ve toplumsal değerlerin ve ahlakın çökmesine, şiddetin artmasına, internet ortamında bireyin olumsuz davranışları öğrenmesini de beraberinde getirebilmektedir (Alimcan ve Şam, 2017). Bunlar da oldukça olumsuz ve kaçınılması gereken durumlardır.

Medyanın olumsuzluklarından kaçınmak için birey ve toplumların medya iletilerine karşı daha dikkatli davranmaları, bilinçli olmaları ve bu iletileri analiz ederek değerlendirmeleri gerekmektedir (Koçar, 2022). Bunu gerçekleştiremeyen bireyler hem sosyal hem de bilişsel pek çok olumsuzlukla karşı karşıya kalabilirler. Özellikle çocuklar ve gençler medyanın bu olumsuzluklarından yoğun bir biçimde etkilenmektedir (Koçar, 2022). Bu yüzden medyayı faydalı bir araç haline dönüştürmek, kişilerin bilgilenme ve bilinçlenme ortamı haline getirilebilmesi için çalışmalar yapılmalıdır. Bu noktada Sosyal Bilgiler dersi önemli bir rol üstlenebilir. Özellikle medya okuryazarlığının ortaokul seviyesinde kazandırılması noktasında bu ders büyük bir katkı sağlayabilir.

1.1.2. Okuryazarlık kavramı

Okuryazarlık kavramı, TDK'ye (2022) göre “Okuryazar olma durumu”dur. Tanımdaki okuryazar olma; yazılı metinde bulunan harf şekil, resim, çizgi, nokta gibi

sembollerin insan zihninde anlam oluşturacak şekilde kodlanması ve bunun dil aracıyla ifade edilmesine okuma, anlatılmak istenen anlamın harf, şekil resim, çizgi, nokta gibi semboller kullanılarak yazıyla metne aktarılması yazma işini ifade etmektedir. Okuryazarlık, okuma ve yazmaya dayalı olmakla birlikte bu iki becerinin toplamından farklıdır (Aytaç ve Kaplan, 2017). Bu bağlamda okuryazarlık, okuma ve yazma eylemiyle birlikte kişinin kendi yaşantısını, bu yaşantısının içinde bulunan her şeyi anlaması, kavraması, sosyal yaşantısındaki bütün ilişkileri anlamlandırmasını ifade eder (Aşıcı, 2009). Başlangıçta basit okuma ve yazma eyleminin nasıl gerçekteştirileceğini ifade ederken 1980 ve 1990’lardan sonra günün şartlarının yanı sıra ihtiyaçlarının da değişmesiyle birlikte okuryazarlığın anlamı, yaşanan teknolojik gelişmeler, insanların hayat şartları, hayata bakış açısı, insanlar arasındaki ilişkilerin değişmesi ile birlikte yeni ihtiyaçlar ortaya çıkmış ve kavramın anlamı daha da genişlemiştir (Aşıcı, 2009; Celot, 2009). Bu genişleme, okuryazarlığın anlamını, bireylerin çevreyle etkileşimini artıran, bilgiye ulaşmasını sağlayan; anlama yeteneği kazandıran bir dizi beceriyi içerecek hale getirmiştir (Celot, 2009). Bu şekilde kabul edildiğinde okuryazarlık, bazı ifadeleri kavrama, kodlama, deşifre etme, değerlendirme ve üst düzey bilişsel süreçleri kullanarak anlam oluşturma gibi zihinsel sürece de (Güleç ve Hüdavendigar, 2020) vurgu yapılmaktadır.

Günümüzde okuryazarlık farklı ve karmaşık becerileri içermektedir. Bu beceriler (Gee,2000; Morrov, 2001; Street,1993, aktaran Önal, 2010) şu şekilde sıralanabilir:

- ✓ Gerçekleri görme ve ifade etmek
- ✓ Çevreyi anlamak ve kişisel anlamlar oluşturmak
- ✓ Bilgiyi kullanmak ve yeni fikirler üretme becerisi
- ✓ Sistemleri kullanmak, birleştirmek ve onlardan yeni anlamlar çıkarmak
- ✓ Edinilen bilginin davranışa yansıması ve uygulanması
- ✓ Güncel bilgi ve beceriler kazanabilmedir.

Günümüzde okuryazarlık kavramı, “*analiz etme, sentez, değerlendirme, uygulama ve üretimin*” yanında çok farklı disiplinlere de vurgu yapmaktadır (Aslan, 2009). Literatür incelendiğinde süreç içerisinde birey ve toplum ihtiyaçları doğrultusunda farklı okuryazarlık türlerinin ortaya çıktığı ve çıkmaya devam edeceği görölmektedir. Bu okuryazarlık türlerinden bazıları şunlardır: çevresel, finansal,

hukuk, harita, bilgi, politik, dijital, teknolojik, görsel ve medya okuryazarlığıdır (Uzun ve Çelik, 2020). Bu çalışmada bu okuryazarlık türlerinden biri olan medya okuryazarlığı ele alınmıştır.

1.1.3. Medya Okuryazarlığı Tanımı ve Özellikleri

Medya okuryazarlığının anlaşılabilmesi için öncelikle medya ve okuryazarlık kavramlarının iyi analiz edilmesi gerekmektedir. Medya; insanlar arasında iletişim, etkileşimi sağlayan ortam ve çeşitli kitle iletişim araçlarından oluşmaktadır. Medyanın süreç içerisinde teknolojik gelişmelerle birlikte geleneksel medyadan yeni medyaya doğru bir yol aldığı görülmektedir. Medyanın ilk baştaki tek yönlü iletişim fonksiyonu çift yönlü iletişime dönüşmüştür. Böylece medya, insanlar arasındaki iletişimi sağlamasında ve daha hızlı bir şekilde gerçekleşmesinde önemli bir işleve kavuşmuştur. İletişimin büyük bir kısmı medya araçları ile gerçekleşmesinden dolayı medyaya duyulan ihtiyaç her geçen gün artmaktadır. Kısaca, medya insanların, bilgi edinme, haber alma, dünyadaki gelişmeleri yakından takip etme, eğlenme, alışveriş yapma, başka insanlarla iletişim kurma gibi hayati işlevleri yerine getiren bir araç haline gelmiştir.

Okuryazarlık kavramı ise herkesin ilk başta aklına gelen çeşitli sembolleri kullanarak okuma ve yazma anlamından daha fazlasını içermektedir. Son yıllarda yaşanan bilimsel ve teknolojik gelişmeler sayesinde okuryazarlık kavramına yeni anlamlar yüklenmiştir. Bu anlamlardan biri de medya aracılığıyla bireylere iletilen çeşitli mesajların, bireyler tarafından işlenmesi sürecidir (Semiz Türkoğlu, 2017). Bu işlem medyaya uyarlandığında medya yapısındaki değişime bağlı olarak geleneksel medya okuryazarlık alışkanlıkları yerine mobil cihazlar, akıllı telefonlar ve kişisel medya araçlarını (Buluş, 2017) etkili kullanabilme, anlamlandırma, yeniliği takip edebilme ve gelişmelere uyum sağlayabilme durumu haline gelmiştir. Bu yönüyle bakıldığında medya okuryazarlığı, medya dilini doğru okuyup yazabilmenin yanında yaşam boyu öğrenmeyi de kapsayan bir beceridir (Altun ve Çakmak, 2013).

Literatürde medya okuryazarlığına yönelik pek çok tanıma rastlamak mümkündür. Bu çeşitlilik, medyanın bireye sayladığı imkânların yanında medyanın artan çeşitliliği ve bu çeşitliğin her yaş düzeyindeki bireyleri etkilemesindendir (Kurt ve Kürüm, 2010). Yapılan tanımlardan bazıları şunlardır: medya okuryazarlığı, medya

iletilerini sorgulamak, çözümlmek, yorumlamak için gerekli olan bilgi ve becerilerdir (Deveci ve Çengelci, 2008). Bu alanda en çok kabul edilen Aufderheide'e (1993) ait olan tanımda medya okuryazarlığı, hem basılı hem de dijital ortamlarında çeşitli biçimdeki medya iletilerine erişme ve bu iletilerini analiz etme, değerlendirme ve oluşturma yeteneği olarak kabul edilmiştir (Aktaran; Aydemir ve Erdamar, 2018). Tanımların çoğuna göre medya okuryazarlığı bireye çevresindeki zararlı varlıklara karşı bir zırh olarak tasvir edilmiştir. Örneğin Semiz Türkoğlu (2017) medya okuryazarlık becerisini bireyin, medyanın olumsuz etkilerinden korunabilmesini sağlayan ve medya karşında bireye kontrol gücü veren bir kavram; Sevim (2013), medya kullanıcılarının maruz kaldığı her türlü zararlı etkiye karşı korunmak ve medyayı kontrol edebilmelerini sağlayabilmek için başlatılmış bir hareket olarak görmüşlerdir. Ancak bunun gerçekleşebilmesi için medya okuryazarlığı becerisinin bireyin dijital ortamlara ait mesajlara erişip bu mesajları eleştirel bir şekilde analiz etme, değerlendirme ve kendi iletilerini üretebilme süreci (Hayta, 2022) olarak yaşanması gerekir. Burada iki durum ön plana çıkar: teknoloji kullanabilme ve sunulan içeriği değerlendirebilme becerisi (Aktı, 2011).

Medya okuryazarlık becerisi; bireyi, değişen medya ve teknolojiye adapte edip onun zihnini medya işaretlerine, iletilerine karşı uyanık olmasını sağlamaktadır (Aslan ve Baş, 2022). Yapılan bu tanımlar medya okuryazarlığı ile ilgili şu özelliklere ulaşılabilir:

- ✓ Medya mesajlarını doğru değerlendirebilmek
- ✓ Medya araçlarını tanımak
- ✓ Medya kanallarında iletişim kurabilmek
- ✓ Düşünceleri başkalarıyla paylaşabilmek
- ✓ Medya mesajlarının örtük yapısını fark edebilmek

1.1.4. Medya Okuryazarlık Eğitiminin Amacı

Medya okuryazarlığı eğitiminde amaç, medya iletilerini doğru okuyup analiz eden ve bu analiz sonuçları doğrultusunda değerlendiren bilinçli bireyler yetiştirmektir (Kurt ve Kürüm, 2010). Bunun yanında her türlü bilgi kaynağını doğru değerlendirip bilgiyi doğru yerde ve amacında kullanabilen bireyler yetiştirmeyi amaçlamaktadır (Aktı, 2011, Üztemur ve Dinç, 2020). Bir başka görüşte öğrencilerin, medya

kuruluşunun yapısı, işlevi ve işleyişi hakkında bilgi sahibi olmalarını, medya içeriğindeki kurgu ve gerçeği ayırt etme, eleştirel bir gözle değerlendirebilme becerisi kazandırmaktır (Sarı, 2021). Bu bağlamda öğrencilere ne izleyecekleri değil nasıl izleyecekleri öğretilmelidir (Yıldırım, 2017). Ayrıca her yaştaki insanda sorgulama alışkanlığı kazanabilme, eleştirel düşünebilme, aktif ve etkili iletişim kurabilme becerilerini geliştirilmek istenmektedir (Avşar, 2013). Bireyin medya iletileri karşısında daha uyanık olmasını sağlayan bir süreçtir.

Medya okuryazarlığının amacı, özellikle erken yaşta medya araçlarıyla tanışan çocukların, medyayı bilinçli kullanabilmeleri için ihtiyaç duydukları bazı bilgi ve becerileri edinmelerini sağlamaktır. Akşit ve Dönmez'e (2011) göre medya okuryazarlığı eğitiminin amacı, bireyin medyayı reddetmesi, kötülemesi ve olumsuz medya iletilerinden korumak değil onun medya iletilerini eleştirel bir şekilde yorumlayıp değerlendirebilme ve kendi medya mesajını üretebilme becerisine sahip olmasını sağlamaktır. Ayrıca medya okuryazarlık eğitimi sadece bireyin medyayı nasıl anlayacağı ve analiz edeceği değil, aynı zamanda nasıl daha iyi kullanacağı ve etkileyeceği konusunda rehberlik yapmaktır (Lee, 2010).

1.1.5. Medya Okuryazarlığı Becerisi Olan Bireyin Özellikleri

Günümüzde bireylerin farklı özelliklere sahip olması beklenmektedir. Bunlardan bir tanesi de medya okuryazarlığı becerisidir. Lee, medya okuryazarlığı olan bireyin sahip olması gereken özellikleri şu şekilde sıralamaktadır (Lee, 2010);

- ✓ Medyanın toplum ve bireyler üzerindeki etkilerine dair eleştirel farkındalık geliştirebilmeli
- ✓ Medyadan gelen doğrudan ve dolaylı mesajlarını analiz edebilmeli
- ✓ Medyanın ürün ile hizmetlerini değerlendirmek için kriterler oluşturabilmeli ve bunları adil bir şekilde değerlendirmeli
- ✓ Medya aracılığıyla öğrenebilmeli
- ✓ Yaratıcı bir biçimde ifade edebilmeli
- ✓ Medya performansı hakkında geri dönüşlerde bulunabilme ve daha iyisini arayabilmeli
- ✓ Hem üretim hem de tüketim süreçlerinde medya etiğini unutmamalı
- ✓ Medyadan elde edilen bilgileri akıllı ve işlevsel bir şekilde günlük hayata

aktarabilmeli

1.1.6. Medya Okuryazarlığı Becerileri

Beceri, bireyin bir işi yapabilmesi için gerekli alt yapı olarak tanımlanabilir. Medya okuryazarlığı becerisi, farklı alt becerilerden oluşmaktadır. Bu alt beceriler genel olarak *farkındalık, erişim, sorgulama, çevrimiçi güvenlik* (bireysel ve kamusal), *çözümleme* (analiz), *değerlendirme, üretim, paylaşım, etkinsilik* (aktivizm) şeklinde sınıflandırılmıştır (MEBb,2018:9; Ardıç ve Altun, 2019: 393-364; Şahin, 2016:174; Jolls ve Thoman, 2008: 42). Bu beceriler ile ilgili açıklamalar aşağıda yer verilmiştir:

a. *Farkındalık becerisi*

Farkındalık, bireyin yaşamında, giydiği kıyafetten, sokakta yürürken gördüğü panolara, izlediği video, oynadığı oyunlara kadar maruz kaldığı çeşitli medya iletilerinin bilincinde olmasını ifade eden bir beceridir (Ardıç ve Altun, 2019:394). Farkındalık, bireylerin medya iletileri hakkında düşünmeye ve kendilerine önemli sorular sormaya başladıklarında (MEBb, 2018) ortaya çıkabilmektedir. Birey medyayı kullanırken farkındalık becerisi ile medyanın oluşturduğu bakış açısı, önyargı ve kalıp yargıları fark etmesi sağlanır; bunun yanı sıra sanal hayat ile gerçek hayatın farklı olduğunu anlamaya başlamaktadır (Ardıç ve Altun, 2019:394). Ayrıca bireyler medyayı nasıl kullandıklarının ve mesajlarının hayatlarını nasıl yönlendirdiğinin daha fazla farkına varmaktadır. Bu bilinçte olan bireyler, medyayı kendi amaçları ve faydaları için kullanmaya yönelebilirler. Bu becerinin geliştirilmesi için öğrencilerin medyaya ilişkin yapılacak eleştirel okumalar, edebi kurgular, farkındalık okumaları gibi etkinliklere yönelmeleri faydalı olacaktır (Ardıç ve Altun, 2019:394).

b. *Erişim becerisi*

Erişim becerisi, bireyin ihtiyaçları ve amaçları için medya araçlarını kullanabilmesidir. Bu amaçlar bilgi edinme, araştırma, ödev yapma, eğlenme, proje hazırlama ve sunma gibi sıralanabilir. Bununla birlikte bireyin her türlü doğru veya yanlış, eksik veya tam bilgiye ulaşması bu alt beceri ile kazandırılmaktadır (Ardıç ve Altun, 2019:394-365).

Günümüzde kitle iletişim araçlarına erişimin yanı sıra, erişimin içeriği de önemli bir noktaya gelmiştir (Ardıç ve Altun, 2019:394-365). Öğrenciler medya araçlarını kullanırken daha güvenli medya ortamlarına erişim sağlayabilmeyi öğrenmeleri gerekmektedir. Öğrencilere güvenli siteleri kullanmaları için gerekli bilgi

ve donanım aktarılmalıdır. Öğrenciler kazanacakları erişim becerisi ile farklı medya araçlarını kullanabilir, erişim süresini planlayabilir, güvenilir kaynaklardan bireysel araştırmalar yapabilir, bağlamsal çözümlemeler kurabilir, karşılaştırmalı araştırmalar yürütebilir, yerel ve ulusal ölçekte çeşitli bilgi kaynaklarına erişim sağlayabilir (Ardıç ve Altun, 2019:394-365).

Erişim konusundaki yeterlilik, kişinin bilgiye erişim deneyimini kolaylaştırdığı düşünülmektedir (Şahin, 2016:174). İnsanlar bilgiye eriştiklerinde, ilgili, faydalı bilgileri toplayabilir ve bilginin anlamını etkili bir şekilde anlayabilirler. Jolls ve Thoman (2008)' göre erişim becerisi ile insanlar:

- ✓ Çok çeşitli sözcükleri, sembolleri ve iletişim tekniklerini tanıyabilir ve anlayabilir.
- ✓ Çeşitli kaynaklardan bilgi bulmak için stratejiler geliştirebilir.
- ✓ Gizli bilgilerden gerekli ve hedeflenen bilgileri seçebilir (Jolls ve Thoman, 2008:42).

c. *Çözümleme(analiz)*

Birey bu aşamada eriştiği bilgiyi parçalara ayırıp çözümlemekte ve bilginin doğruluğunu anlamaya çalışmaktadır. Bilginin ayırt edici özelliklerini belirleme ve bilginin gerçek mi kurgu mu olduğuna ilişkin karşılaştırmalar yapmaktadır (Karacan, 2022). Çözümleme, çeşitli medya araçlarından gelen medya içeriğinin yapısını tanıma aşamasıdır. Bu içeriğin yapısındaki mesajın doğru okunmasını ve eleştirel bir bakış açısıyla doğru algılanmasını sağlamaktadır.

d. *Değerlendirme*

Değerlendirme aşamasında birey, ulaştığı bilgiye tarafsızca ve önyargısız bir şekilde yaklaşabilmesidir. Değerlendirme düzeyindeki kişilerin özelliklerini Jols ve Thoman (2008) şu şekilde açıklamaktadır:

- ✓ Mesajları çeşitli biçimlerde ve düzeylerde tanımlayabilirler.
- ✓ Mesajın şekline ve formuna bakarak değerlendirebilirler.
- ✓ Kişiler mesajı sosyal kurallar, gelenekler ve etik değerleri dikkate alınarak değerlendirebilirler.
- ✓ İçeriği ne olursa olsun, kolay veya zor tüm mesajları yanıtlayabilir.

e. Üretme

Üretme, öğrencilerin kendi medya mesajlarını oluşturdukları ve medyada oluşan medya mesajlarına yanıt olarak yeni ürünler oluşturdukları süreçtir. İnsan, yaşanan ortama uyum sağlamak için düşünceler üretir, başkaları ile paylaşır bununla birlikte başkalarının düşünceleri hakkında fikir edinmiş olabilmektedir (Karacan, 2022). Medya okuryazarlığı becerisinin geliştirilmesinde en yaygın kullanılan yöntem “medya üretimi”dir (Altun, 2020: 68). Teknolojinin gelişmesi ve medya araçların yaygınlaşmasıyla birlikte günümüzde öğrenciler farklı medya araçlarında, farklı biçimlerde içerikler hazırlayarak kolaylıkla paylaşabilmektedir. Örneğin; afiş, seslendirme, video, fotoğraf, kısa filimler, oyunlar gibi farklı biçimlerde reklam içerikleri hazırlamaları bu kapsamda değerlendirilebilir (Altun, 2020:68).

1.1.7. Medya Okuryazarlığın Boyutları

Medya okuryazarlığı birbiriyle ilişkili çok boyutlu bir beceridir. Bu araştırmada genel olarak bilişsel, duygusal, estetik ve ahlaki olmak üzere dört boyut ele alınacaktır. Bu boyutların açıklamalarına ilişkin bilgiler aşağıda yer verilmiştir (Toker, 2010: 51, Şahin, 2011:8-12):

a. Bilişsel boyut

Bireylerin medya ile etkileşim kurarken gerekli olan zihinsel beceri ve düşünmeyi işlemlerini ifade eder. Bilişsel boyut bireyin medya mesajlarındaki iletileri, sembollerin nasıl ve niçin üretildiğinin kime ne şekilde sunulmasının gerektiğinin farkında olmasını sağlayan zihinsel süreç de olabilir. Medya iletilerinin arka planında yatan örtük mesajı anlamak için gerekli olan üst düzey düşünme, bilgi birikimine ve geniş bakış açısına sahip olmak gereklidir. Kısacası bilişsel boyut, kişinin bir şeyi anlamak veya çözmek için kullanacağı düşünme ve akıl yürütme yollarını göstermektedir.

b. Duygusal boyut:

Bireylerin medya ile etkileşim kurarken yaşanan heyecan, mutluluk, neşe gibi olumlu; panik, korku, öfke ve üzüntü gibi olumsuz duygu ve hislerini kapsamaktadır. Kişilerin medya mesajlarında sunulan çeşitli duyguların bilincinde olmaları gerekmektedir. Bazı bireyler medya da sunulan bir film, haber, eğlence, reklam gibi

çeşitli içerikte verilen duygulardan etkilenebilmekte ve ona göre duygusal tepkiler gösterirler.

c. Estetik boyut

Medyanın sunmuş olduğu içeriğe sanatsal ve estetik bakabilmektir. Aynı zamanda medya iletilerini estetik bakış açısıyla anlayabilme ve okuyabilme becerisidir. Bireylerin bir medya üreticisi ve tüketicisi olarak bu bakış açısıyla medya iletilerini kapsayan öğeleri değerlendirebilmek için belli bir sanatsal bilgiye sahip olmaları gerekir.

d. Ahlaki boyut

Medya mesajlarının temelinde yatan değerleri anlamaya ve okuyabilmeye ilişkin bir beceridir. Medyada sunulan içerik içerisinde açık ve örtük değerler içermektedir. Bu sunulan açık ve örtük değerleri fark edebilmek için eleştirel ve bütüncül bakış açısına ihtiyaç duyulur. Medya içerikleriyle sunulan ahlaki değerler toplumun geleceğini şekillendiren bireyler açısından büyük bir önem taşımaktadır.

Medyanın çok boyutluluğu, insanların medyayı daha iyi bilmesini ve medya okuryazarlığı becerisine sahip olmasını gerektirir. Aynı zamanda medya okuryazarlığı, bilgiyi elde etme ile yapılandırma sürecinde ahlaki, estetik, duygusal ve bilişsel boyutları gerektirir (Deveci ve Çengelci, 2008).

1.1.8. Sosyal Bilgiler Dersinde Medya Okuryazarlığı Becerisinin Yeri

Medya Okuryazarlığı eğitimi ile öğrencilerin, teknolojiyi doğru ve güvenli kullanabilme, geniş ağ sistemi aracı ile başka insanlarla iletişim kurabilme gibi temel beceriler kazanmaları beklenmektedir (Üztemür ve Dinç, 2020). Bu becerilerin kazandırılması noktasında Sosyal Bilgiler dersi önemli bir disiplindir (Güleç ve Hüdavendigâr, 2020). Sosyal Bilgiler dersinin zengin bir içeriği kapsamı nedeniyle dersin işleme sürecinde öğrencilere uygulanan etkinlikler içerisinde haberleri anlama, yorumlama, analiz etmeye yönelik bilişsel bilgi ve becerileri kapsayan medya okuryazarlığının kazandırması bakımından önemlidir (Deveci ve Çengelci, 2008). Kitle iletişim araçlarının Sosyal Bilgiler dersinde öğretim materyali olarak kullanılması ile Sosyal Bilgiler eğitiminde medya okuryazarlığına ihtiyaç duyulmakla birlikte etkili bir medya okuryazarlığı eğitimi de Sosyal Bilgiler dersine de gereksinim duyulmaktadır (Altun, 2010). Buna ek olarak Sosyal Bilgiler dersleri kapsamında

düzenlenen medya okuryazarlığı eğitimleri, Sosyal Bilgiler alanını oluşturan vatandaşlık, tarih, coğrafya, ekonomi, sosyoloji gibi her bir sosyal bilimin farklı bir boyutunu (Altun, 2010) ele almaktadır. 2018 Sosyal Bilgiler Öğretim Programında (MEBa, 2018). hangi kazanımların medya okuryazarlığı becerisi öğretimine yönelik olduğu aşağıdaki örneklerde vurgulanmıştır:

- SB.4.2.1. Sözlü, yazılı, görsel kaynaklar ve nesnelerden yararlanarak aile tarihi çalışması yapar.
- SB.4.4.1. Çevresindeki teknolojik ürünleri, kullanım alanlarına göre sınıflandırır.
- SB.4.4.2. Teknolojik ürünlerin geçmişteki ve bugünkü kullanımlarını karşılaştırır.
- SB.4.4.5. Teknolojik ürünleri kendisine, başkalarına ve doğaya zarar vermeden kullanır.
- SB.4.5.3. Sorumluluk sahibi bir birey olarak bilinçli tüketici davranışları sergiler.
- SB.4.7.3. Farklı ülkelere ait kültürel unsurlarla ülkemizin sahip olduğu kültürel unsurları karşılaştırır.
- SB.5.4.1. Teknoloji kullanımının sosyalleşme ve toplumsal ilişkiler üzerindeki etkisini tartışır.
- SB.5.4.2. Sanal ortamda ulaştığı bilgilerin doğruluk ve güvenilirliğini sorgular.
- SB.5.4.3. Sanal ortamı kullanırken güvenlik kurallarına uyar.
- SB.5.6.1. Bireysel ve toplumsal ihtiyaçlar ile bu ihtiyaçların karşılanması için hizmet veren kurumları ilişkilendirir.
- SB.5.7.2. Ülkeler arasındaki ekonomik ilişkilerde iletişim ve ulaşım teknolojisinin etkisini tartışır.
- SB.7.1.1. İletişimi etkileyen tutum ve davranışları analiz ederek kendi tutum ve davranışlarını sorgular.
- SB.7.1.2. Bireysel ve toplumsal ilişkilerde olumlu iletişim yollarını kullanır.
- SB.7.1.3. Medyanın sosyal değişim ve etkileşimdeki rolünü tartışır.
- SB.7.1.4. İletişim araçlarından yararlanırken haklarını kullanır ve sorumluluklarını yerine getirir.
- SB.7.4.1. Bilginin korunması, yaygınlaştırılması ve aktarılmasında değişim ve sürekliliği inceler.
- SB.7.5.2. Üretim teknolojisindeki gelişmelerin sosyal ve ekonomik hayata etkilerini değerlendirir.

Kazanımların görüldüğü Birey ve Toplum ile Bilim, Teknoloji ve Toplum öğrenme alanlarında medya okuryazarlığı becerisi kazandırması hedeflendiği söylenebilir. Fakat bu öğrenme alanlarıyla sınırlamak mümkün değil programının genelinde vurgulanmıştır.

1.2.Girişimcilik

1.2.1.Girişimcilik Tanımı ve Özellikleri

Girişim, bireylerin herhangi bir faaliyeti gerçekleştirmek için harekete geçtiğinde ortaya çıkan bir eylemdir. Bir işin öncelikle düşünülmesi, planlanması ve uygulanması işlemidir (Çelik, 2013). Girişimciliğin tarihini, insanoğlunun varoluş tarihine kadar ilişkilendirmek çok abartılı bir durum değildir (Tarhan, 2018).

İnsanoğlu var olduğu günden itibaren günümüze kadar yaşamını sürdürebilmek için üretim faaliyetleri içinde bulunmaktadır. Yeni ürünler üretmek ve pazarlamak insanların içinde taşıdıkları girişimci ruhunda var olan bir yetenektir. Günümüzde girişimcilik kavramı önemli bir şekilde dikkat çekmekte ve üzerinde durulan kavramların başında gelmektedir. Zaman içerisinde yaşanan sanayi üretimli toplumundan bilginin ve rekabetin ön plana çıktığı teknoloji toplumuna doğru gerçekleşen dönüşümle birlikte girişimcilik kavramı her alanda kendini göstermeye başlamıştır.

Literatür incelendiğinde girişimcilik kavramına ilişkin farklı tanımların yapıldığı görülmektedir. Bunun nedeni olarak girişimcilik kavramının disiplinlerarası olması ve her disiplin alanında kendine has bir tanımın yapılmasıdır (Saraçoğlu, Duran ve Taşkın, 2010). Richard Cantillon tarafından ilk kez 18.yüzyılın başlarında girişimciliğin tanımı yapılmıştır (Başar, 2013: 3). Yapılan tanımlardan bazıları şöyledir: Girişimcilik ekonomi bir değer üretimi olmakla beraber bunun ötesinde hem gerçekleştiği mekân hem de ortaya çıkardığı değişimler sonucunda kültürel, politik ve toplumsal alanlarla yakından ilişkilidir (Aytaç, 2006). Ekonomik açıdan girişimcilik işsizliği azaltmak, önlenmek, ekonomik büyümeyi gerçekleştirmek ve toplumsal alanda yenilik, değişim sürecini başlatılmak için önemli bir faktör olarak kabul edilmektedir (Bozkurt, Kalkan, Koyuncu ve Alparslan, 2012). Girişimciliğin kazanç elde etmenin yanı sıra toplumsal fayda sağlama gibi bir hedefi de bulunmaktadır (Eroğlu ve Deveci, 2021).

Girişimcilik, “Kaynakların harekete geçirilmesi, tahsis etmesi ve yenilikçi kuruluşların ihtiyaç duydukları organizasyonel yapıların geliştirilmesini amaçlayan stratejik bir süreç” olarak tanımlanmaktadır (Mars, 2016). Girişimcilik, girişimcinin kar elde etme amacıyla ürün üretme ya da hizmet sunmak için riski üstlenme faaliyetidir (Türkoğlu, Tetik ve Açıkgöz, 2017). Öğrenciler açısından girişimcilik becerisine bakıldığında derslere katılmak, yeni fikirler üretmek, öğrendiklerini, ürettiklerini başkalarıyla paylaşmak, kendini ifade etmek, sosyal ve kültürel faaliyetler planlamak, yeni şeyler öğrenmeye istekli olmak, toplumda kendine güvenmek, bir şeyler üretmek için çaba sarf etme isteği ve çabasıdır (Zevfi, 2015). Bunun yanında girişimcilik becerisi, kaynakları yenilikçi düşünce ile planlı değerlendirebilme sürecidir (Hayta, 2022).

1.2.2.Girişimciliğın Önemi

Girişimcilik son zamanlarda birçok alanda üzerinde durulan ve önem arz eden becerilerin arasında yer almaktadır. Girişimciliğın verilen önemin artmasındaki nedenlerin biri de geleceğın risk taşıması ve belirsiz olmasıdır (Çelik, 2013). İlkokuldan başlayarak girişimcilik becerisinin kazandırılması özellikle ülkenin eğitim sisteminin içerisinde memur yetiştirmeye yönelik belirlemiş olduğu hedefleri ve aynı ölçüde girişimci bireyleri yetiştirerek gelecekte kendine güvenen, üreten bir toplum için önem taşımaktadır (Tarhan ve Kılıç, 2017). Toplumun refah düzeyine ulaşmasını sağlamak için girişimcilerin toplumdaki eksikliği belirleyip ihtiyaçlar doğrultusunda yatırım yapması bakımından girişimcilik önemlidir (Türkoğlu, Tetik ve Açıkgöz, 2017).

1.2.3.Girişimci Bireyin Özellikleri

Girişimciliğın birçok farklı özelliğı vardır. Bunlar iletişim becerileri, yaratıcı düşünme, yenilikçi düşünme, liderlik, planlama, araştırma, risk alma, içsel motivasyon, fırsatları görme ve değerlendirme, belirsizlikle baş etme, özgüven ve özfarkındalık gibi alt becerileri içermektedir (Karakılçık, 2020). Bu bağlamda girişimcilik becerisi birçok alt boyut beceriyi kapsamaktadır. Bu nedenle girişimcilik becerisi bireyde farklı beceri özelliklerini bir arada bulundurmasını gerektirir. Her bireyin kişisel özellikleri farklı olmasından dolayı sadece bir veya birkaç özelliğine bakarak onun bir girişimci olup olmadığını değerlendirmek doğru bir karar olmayacaktır. Bir bireyin girişimcilik niteliğini belirleyen en önemli özellikler: fırsatları görmesi, değerlendirmesi, fırsatlardan faydalanmak için mevcut kaynakları üretim yapabilmek için risk edilmesi, üretim sürecinin yönetilmesi ve bu süreç sonunda bir ürünün ortaya çıkarılmasıdır (Uygun ve Er, 2016).

Girişimci bireyin özelliklerine ilişkin literatürde birçok özelliklere yer verildiğı görölmektedir. Bunlardan başlıca en önemli özellikler; farkındalık, özgüvenli olma, yaratıcı, sabırlı, risk alma, sorumluluk alma, bilinçli karar verme, yenilikçi, lider olma ve liderlik edebilme, cesur, azimli, motivasyonu yüksek tutan vb. şeklinde sıralanabilir. MEB, “2020-2021 Eğitim Öğretim Yılı Ortaöğretim Girişimcilik Ders Kitabı” içerisinde girişimci bireyin özelliklerini kişisel, davranışsal ve sosyal olarak sınıflandırılmıştır.



Şekil 1. Girişimci bireyin özellikleri (MEB, 2020: 42)

Bir girişimcide olması gereken en önemli ve ayırt edici özellikler: “Özgüven, risk alma, fırsat farkındalığı, dürüstlük, yenilikçi düşünce, sosyal davranış, güçlü bir başarıma arzusu ve yeni fikirler üretme arzusu dâhil olmak üzere birçok özellik gereklidir (Bozkurt ve Alparşan, 2013; Balaban ve Özdemir, 2008). Alanyazın incelendiğinde genel olarak girişimci bireyin diğer bireylerden ayıran özellikler olduğu görülmektedir. Bunlar, geleceğe yönelik plan yapabilen ve yaptığı planları hayata etkili bir şekilde uygulayabilen bireylerin girişimcilik becerileri gelişmiştir (Yıldırım, 2020). Girişimci ruha sahip olan bireyler; geleceği öngörmeyi, risk almayı ve planlar yapmayı seçebilirler.

Girişimcilik sosyal ve kültürel bir olgudur, dolayısıyla farklı özelliklere sahip bir toplumda farklı girişimcilik özellikleri önem kazanmaktadır (Bozkurt ve Alparşan, 2013). Her toplumun farklı girişimcilik özellikleri olsa da genel olarak alanyazında yapılan çalışmalarda vurgulanan girişimci bireylerin temel ve ortak özelliklerini kısaca özetlersek; bireylerin meraklı, araştırmacı, yeniliklere açık, risk alan, özgüveni yüksek, kişiler arası iletişim kurabilen gibi niteliklere sahip olduğudur. Bunların dışında olaylara farklı bir pencereden bakabilen, fırsatları değerlendirebilen bir kişiliğe sahip

olduğu söylenebilir. Ayrıca girişimci bireyin denemekten vazgeçmeyen, azimli, sabırlı ve hayallerini gerçekleştirmek için çalışan, motivasyonu yüksek bir kişiliğe de sahip olması gerekmektedir.

1.2.4. Girişimcilik Eğitiminin Amacı

Yeniliklere açık ve ayak uydurabilen, nitelikli, ihtiyaçlarını karşılayan, kendini geliştiren donanımlı, kendi ve toplumun gereksinimlerinin karşılayabilecek girişimci bireylerin yetişmesine ihtiyaç duyulmaktadır (Yurtseven ve Ergün, 2018). Bu ihtiyacı karşılayabilmek eğitim faaliyetlerin gerçekleşmesiyle mümkündür. 1980 yılında ekonomik alanında serbest ekonomi politikasına geçiş süreciyle birlikte girişimcilik alanı için yeni bir dönemin başlangıcı olmuş ve 1985 yılından sonra girişimcilik eğitime olan ilgi giderek artmış, bunun sonucu olarak girişimcilik eğitimi fikri eğitim programlarına geniş çaplı yansıtılmıştır (Sarı ve Katrancı, 2021).

Eğitimin görevi, toplumun gelişmesi ve ilerlemesi için gerekli niteliklere uygun bireyler yetiştirmektir. Girişimcilik becerisine sahip olan bireyler, toplumsal sorunların aşılmasına yönelik yaratıcı fikirler ortaya atarak önemli katkı sağlamaktadır (Eroğlu ve Deveci, 2021). Bireyin var olan bilgisini karşılaştığı yeni durumlara uydurarak kullanabilmesi için temel teşkil eden becerilerden birisidir (Akyürek, 2013). Girişimcilik eğitimin amacı, değişen dünya koşullarına uyum sağlayabilecek ve karmaşık iş dünyasında ayakta kalabilecek girişimci becerisi yüksek bireylerin yetişmesidir (Gömleksiz ve Kan, 2009).

Genel olarak bireylere küçük yaştan itibaren girişimcilik eğitimi verilmeli ve girişimcilik eğitimi veren kurumların ise gelişmiş girişimci yetiştirmeleri noktasında etkili bir çaba göstermeleri gerekmektedir (Aksel ve Bağcı, 2016). Öğrencilerin girişimcilik becerilerini geliştirmeleri için öğretmenlerin, öğrenci merkezli yöntemler, farklı öğrenme ortamları, yaratıcı, eleştirel düşünme, problem çözme gibi becerilere yer veren sınıf ortamlarının oluşturulması gerekmektedir (Avcı, 2018).

1.2.5. Sosyal Bilgiler Dersinde Girişimcilik Becerisinin Yeri

Girişimcilik becerisi, 2005 ve 2018 Sosyal Bilgiler öğretim programı kapsamında öğrencilere kazandırılması planlanan temel beceriler içerisinde bulunmaktadır. Sosyal Bilgiler, sosyal bilimlerden seçilmiş bilgilerden oluşan, ilkökul

ve ortaokullarda öğrencilerin toplumsal yaşama uyum sağlamaları için ihtiyaçları olan temel bilgi, değer, tutum ve becerileri kapsayan disiplinler arası bir alandır. Sosyal Bilgiler eğitiminden faydalanarak öğrencilerin, toplum içinde varlıklarını fark etmeleri ve göstermeleri açısından onlara sorumluluk bilinci verilmesi ve üretime katılmalarını desteklemek amacıyla girişimci öğrencilerin yetişmesi hem birey hem toplum için oldukça önem taşımaktadır (Tarhan ve Kılıç, 2017).

Gömleksiz ve Kan (2009),“*Sosyal Bilgiler dersi öğretim programının eleştirel düşünme, yaratıcı düşünme ve girişimcilik becerilerini kazandırmadaki etkililiğinin belirlenmesi adlı* çalışmada bu dersin girişimcilik becerisini geliştirmede etkili olduğu sonucuna varmıştır. Bu sonuç Sosyal Bilgiler dersinin içerik olarak girişimcilik becerisini kazandırmaya uygun olduğunu göstermektedir.

Çağımızda medya ve kitle iletişim aracılığıyla bilginin geniş kitlelere, hızlı bir şekilde ulaşmasıyla bireyler dünyadaki gelişmeler hakkında kısa sürede bilgi sahibi olabilmektedirler. Ulusal ve uluslararası gelişmelerden haberdar olup yaşanan ekonomik, siyasi, kültürel, sağlık, teknolojik alanlardaki gelişmeleri takip edip bütün dünyayı nasıl etkilediğini gözlemlemektedir. Bu bağlamda yaşananların sadece yaşandığı ortamdaki insanları etkilemekle bağlı kalmadığı küresel bir boyutta bütün dünyadaki insanları etkilediğini söylemek mümkündür. Bu noktada gelecekte nasıl bir sorunun çıkacağını ve bunun dünyaya yansımalarının nasıl olacağını kestirmek güçtür. Bu nedenle, sosyal bilgiler eğitiminden faydalanarak bireylerin toplum içerisindeki varlıklarını çeşitli faaliyetlerle oluşturmak ve topluma yönelik sorumluluk bilinci içerisinde üretimi desteklemek amacıyla girişimci bireyleri yetiştirmek, özellikle de daha girişimcilik projesine ve girişimciye ihtiyacı olan ülkemiz bakımından oldukça önem teşkil etmektedir (Tarhan ve Kılıç, 2017).

İnsanlar yaşamları boyunca sorunlarla karşılaşır ve gelecekte de karşılaşmaları muhtemeldir. Bu nedenle, geleceği öngörme yeteneği güçlü, olası sorunlara yenilikçi ve akılcı çözümler bulabilen girişimcilere ihtiyaç duyulmaktadır. Bireyin fikirlerini eyleme dönüştürme yeteneği olarak görülen girişimcilik; yaratıcılık, yenilikçilik, risk alma, hedeflere ulaşmak için proje planlama ve yönetim becerisini de içerir (Tican, 2019). Girişimcilik kavramı, bireylerin sorunları çözebilmeleri ve zaman içerisinde değişen ihtiyaçlarını karşılayabilmeleri için gerekli olan özfarkındalık,

özgüven, fırsatları görebilme, değerlendirebilme, risk alabilme, yaratıcı, yenilikçi gibi birden fazla özelliği kapsamakta olduğu görülmektedir.

2018 Sosyal Bilgiler Öğretim Programı, öğrencilerin edilgen konumdan aktif, üretken, kendi kararlarını verebilecek, ilgi ve ihtiyaçlarına göre becerilerini geliştirmelerine olanak tanıyan beceri temelli bir yaklaşıma odaklanmaktadır. Girişimcilik becerisi, Talim ve Terbiye Kurulu tarafından yayınlanan öğretim programlarında her ders kapsamında öğrencilere kazandırılması gereken yetkinliklerden birisidir. Okullarda planlı bir şekilde kazandırmak istenen girişimcilik becerisi ilk ve ortaokullarda 2018 Sosyal Bilgiler Öğretim Programında öğrencilere kazandırılması planlanan temel beceriler içerisinde yer almaktadır. Girişimcilik becerisi ile hedeflenen öğrencilerin yaşadıkları her ortamda her şartta fırsatları görebilmeleri, fırsatları eyleme dönüştürebilmelerinde gereken desteğin sağlaması; toplumsal ve iş hayatına katılacak bireylerin ihtiyacı olan bilgi ve beceriler için temel oluşturmayı amaçlamaktadır (MEBa, 2018). SBDÖP’da girişimcilik becerisinin yer alması öğrencilerin girişimcilik beceri ile birlikte onların birden fazla beceri kazanmalarına olumlu yönde katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Girişimcilik becerisi bireylerin, liderlik, sosyal iletişim, eleştirel düşünme, karar verme, problem çözme, zaman yönetimi ve araştırma becerilerini geliştirmelerini sağlayabilmektedir (Arcagök, 2016). 2018 Sosyal Bilgiler Öğretim Programında hangi kazanımların girişimcilik becerisi öğretimine yönelik olduğu aşağıdaki örneklerde vurgulanmıştır:

- SB.4.1.3. Bireysel ilgi, ihtiyaç ve yeteneklerini tanıır.
- SB.4.3.4. Çevresinde meydana gelen hava olaylarını gözlemleyerek bulgularını resimli grafiklere aktarır.
- SB.4.3.6. Doğal afetlere yönelik gerekli hazırlıkları yapar.
- SB.4.4.3. Kullandığı teknolojik ürünlerin mucitlerini ve bu ürünlerin zaman içerisindeki gelişimini araştırır
- SB.4.4.4. Çevresindeki ihtiyaçlardan yola çıkarak kendine özgü ürünler tasarlamaya yönelik fikirler geliştirir.
- SB.4.5.1. İstek ve ihtiyaçlarını ayırt ederek ikisi arasında bilinçli seçimler yapar.
- SB.4.5.2. Ailesi ve yakın çevresindeki başlıca ekonomik faaliyetleri tanıır.
- SB.4.5.3. Sorumluluk sahibi bir birey olarak bilinçli tüketici davranışları sergiler.
- SB.4.5.4. Kendine ait örnek bir bütçe oluşturur.
- SB.5.1.3. Sahip olduğu haklarının farkında olan bir birey olarak katıldığı gruplarda aldığı rollerin gerektirdiği görev ve sorumluluklara uygun davranır.
- SB.5.5.1. Yaşadığı yerin ve çevresinin ekonomik faaliyetlerini analiz eder.
- SB.5.5.2. Yaşadığı yer ve çevresindeki ekonomik faaliyetlere bağlı olarak gelişen meslekleri tanıır.
- SB.5.5.3. Çevresindeki ekonomik faaliyetlerin, insanların sosyal hayatlarına etkisini analiz eder.
- SB.5.5.4. Temel ihtiyaçları karşılamaya yönelik ürünlerin üretim, dağıtım ve tüketim ağını analiz eder.
- SB.5.5.5. İş birliği yaparak üretim, dağıtım ve tüketime dayalı yeni fikirler geliştirir.

SB.5.5.6. Bilinçli bir tüketici olarak haklarını kullanır.
SB.5.7.1. Yaşadığı yer ve çevresinin ülkemiz ile diğer ülkeler arasındaki ekonomik ilişkilerdeki rolünü araştırır.
SB.6.1.4. Toplumsal birlikteliğin oluşmasında sosyal yardımlaşma ve dayanışmayı destekleyici faaliyetlere katılır.
SB.6.2.5. Tarihi ticaret yollarının toplumlar arası siyasi, kültürel ve ekonomik ilişkilerdeki rolünü açıklar.
SB.6.5.1. Ülkemizin kaynaklarıyla ekonomik faaliyetlerini ilişkilendirir.
SB.6.5.2. Kaynakların bilinçsizce tüketilmesinin canlı yaşamına etkilerini analiz eder.
SB.6.5.3. Türkiye'nin coğrafi özelliklerini dikkate alarak yatırım ve pazarlama proje önerileri hazırlar.
SB.6.5.4. Vatandaşlık sorumluluğu ve ülke ekonomisine katkısı açısından vergi vermenin gereğini ve önemini savunur.
SB.6.5.5. Nitelikli insan gücünün Türkiye ekonomisinin gelişimindeki yerini ve önemini analiz eder.
SB.6.5.6. İlgili duyduğu mesleklerin gerektirdiği kişilik özelliklerini, becerileri ve eğitim sürecini araştırır.
SB.6.7.2. Ülkemizin diğer ülkelerle olan ekonomik ilişkilerini analiz eder.
SB.6.7.3. Ülkemizin sahip olduğu siyasi, askeri, ekonomik ve kültürel özelliklere bağlı olarak uluslararası alanda üstlendiği rolleri analiz eder.
SB.7.1.1. İletişimi etkileyen tutum ve davranışları analiz ederek kendi tutum ve davranışlarını sorgular.
SB.7.1.2. Bireysel ve toplumsal ilişkilerde olumlu iletişim yollarını kullanır.
SB.7.5.1. Üretimde ve yönetimde toprağın önemini geçmişten ve günümüzden örneklerle açıklar.
SB.7.5.2. Üretim teknolojisindeki gelişmelerin sosyal ve ekonomik hayata etkilerini değerlendirir.
SB.7.5.4. Tarih boyunca Türklerde meslek edindirme ve meslek etiği kazandırmada rol oynayan kurumları tanır.
SB.7.5.5. Dünyadaki gelişmelere bağlı olarak ortaya çıkan yeni meslekleri dikkate alarak mesleki tercihlerine yönelik planlama yapar.
SB.7.5.6. Dijital teknolojilerin üretim, dağıtım ve tüketim alanında meydana getirdiği değişimleri analiz eder.
SB.7.7.2. Türkiye'nin ilişkide olduğu ekonomik bölge ve kuruluşları tanır.
SB.7.7.4. Arkadaşlarıyla birlikte küresel sorunların çözümüne yönelik fikir önerileri geliştirir.

2018 Sosyal Bilgiler Öğretim Programında girişimcilik becerisi 5 ve 6. sınıf düzeyinde “Üretim, Dağıtım ve Tüketim” öğrenme alanında doğrudan kazandırması planlanmıştır (MEBa, 2018). Fakat tüm öğrenme alanları içerisinde girişimcilik becerisi kazandırmaya çalışıldığı söylenebilir.

1.2.6. Medya Okuryazarlığı ve Girişimcilik Arasındaki İlişki

Günümüzde medya, bireyin hayatını etkileyen en büyük güç konumundadır ve bu nedenle bireylerin medyayı iyi analiz edebilmeleri gerekmektedir (Yıldız, 2011). Özellikle medya araçlarının gelişmesi ile günlük hayatımızdaki etki alanı ve kullanımı artmaktadır. Medya, iletişim kurma yollarımızı, yöntemimizi, alışkanlıklarımızı, girişimcilik faaliyetlerimizi ve girişimci olma isteğimize etki etmektedir (Erestin ve Erat, 2019). Bunun yanında farklı medya kanallarının açılması ile klasik girişimcilik

anlayışını değiştirmiştir. İnsanlar girişimcilik faaliyetini farklı şekillerde ve farklı alanlarda gerçekleştirmeye başlamışlardır. Bu alanların başında hem medya ortamlarını hem de girişimci olmak isteyen bireyin özelliklerini ve isteğini harekete geçirmektedir (Erestin ve Erat, 2019).

Bireyin istediği konuda veya alanda girişimcilik faaliyetini gerçekleştirmek için harekete geçtiğinde medya ortamları, sınırsız olanak ve avantaj sağlamaktadır. Bu ortamlardaki olanakları fark edebilecek girişimci ve bu olanakları doğru değerlendirmek için medyanın dilini okuyabilen medya okuryazarlığı becerisi kazanmış bireyler ile sağlaması mümkün görülmektedir. Girişimcilerin yakaladıkları fırsatları hayata dönüştürme ve başarılı olmaları noktasında medya araçlarından faydalanmaları günümüzde zorunlu bir ihtiyaç olarak karşımıza çıkmaktadır. Kitle iletişim araçlarının mesajlarını doğru bir şekilde anlamak için hem yetişkinler hem de çocuklar yeterli medya okuryazarlığına ihtiyaç duyarlar (Yıldırım, 2017).

2018 güncellenen öğretim programlarında, günümüzde yaşanan bilim ve teknolojik değişime vurgu yapılmış; bu değişimlerden dolayı bireyden beklenen davranışların, rollerin etkilendiği ifade edilmektedir. Bireylerin, teknoloji ve medya araçlarından yararlanarak yeni, özgün projeler üretebilen, farklı proje ekiplerinde uyumlu çalışabilen, kimsenin etkisi altında kalmadan özgürce düşünebilen, hayal kurma gücü gelişmiş, mantıklı düşünerek karar verebilen, aktif katılımcı, bilgiyi araştıran, üretken olma gibi davranışlar kazanmaları beklenmektedir (Numanoğlu, 1999:348).

1.3. Araştırma ile İlgili Yapılan Çalışmalar

Bu bölümde medya okuryazarlığı ve girişimcilik kavramları ile ilgili yurtiçinde yapılan çalışmalar incelenmiştir

1.3.1. Medya Okuryazarlığı ile İlgili Yapılan Çalışmalar

Kartal'ın (2007) medya okuryazarlığının öğrencilerin televizyon dizilerinin mesajlarını anlamalarına etkisini ortaya koymayı amaçlayan araştırmasında deneysel araştırma modeli uygulanmıştır. Deney grubundaki öğrencilere 12 saat medya okuma eğitimi verilmiştir. Çalışma sonucunda; eğitimi tamamlayan öğrencilerin medya iletilerine yönelik farkındalık oluşturabilme, eleştirel bakış açısı kazanabilme,

televizyon dizilerinin mesajlarını analiz etme ve değerlendirme yeteneğini geliştirdiği tespit edilmiştir.

Medya okuryazarlığının medya kullanıcılarının yaratım sürecindeki önemi üzerine Çetinkaya (2008) tarafından yapılan bir araştırmada medya okuryazarlığı eğitiminde özellikle bu konuda bazı aksaklıklar ve eksiklikler olduğu tespit edilmiştir. Öğretmen görüşleri sonucunda; medya okuryazarlığı dersleri yeterli araç gereç sıkıntısından dolayı amaçlanan şekilde işlenememektedir. Bir diğer sonuçta medya okuryazarlığı eğitimi konusunda uzman eğitimciler tarafından verilmediğidir.

Apak (2008) *Türkiye, Finlandiya ve İrlanda İlköğretim Programlarının Medya Okuryazarlığı Eğitimi Açısından İncelenmesi* adlı çalışmasında betimsel model kullanılmıştır. Türkiye, İrlanda ve Finlandiya'daki tüm temel eğitim programları “medya okuryazarlığı eğitimi” temelinde karşılaştırılmıştır. Çalışma sonucunda; Türkiye'de ikinci kademedede (12-15 yaş), İrlanda'da (0-6 yaş) Anaokulu eğitimi ile Finlandiya'da (12-15 yaş) düzeyinde başladığı, üç ülkede de korumacı bir yaklaşımın benimsendiği, İrlanda ve Finlandiya'nın Türkiye'den daha çok bilinçlendirme yaklaşımı benimsedikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Ankaralıgil Yıldırım (2009) 6. ve 7. sınıflarda medya okuryazarlığı ve eleştirel düşünme üzerine bir araştırma yapmıştır. Araştırma sonucunda, medya okuryazarlığı dersine katılım değişkenine göre öğrencilerin eleştirel düşüncelerinin anlamlı bir şekilde farklılaştığını, öğrencilerin kitle iletişim araçlarını kullanıma alışkanlığı ile medya kullanım alışkanlıkları arasında anlamlı bir fark olduğu sonucu elde edilmiştir.

Sadriu (2009) medya okuryazarlığı seçmeli dersi alan ortaokul öğrencileri ile yürütmüştür. Çalışma sonucunda; öğrencilerin, medyanın çok etkili bir iletişim aracı olduğunu, medya ürünlerinin çoğunlukla tüketim, eğlence ve kurmaca içerikli oldukları, belirsiz oldukları, sıklıkla şiddet ve saldırgan davranışlara neden oldukları ve eğitime de olumlu etkisinin olduğu ortaya çıkmıştır. Televizyonun bilgilendirici olduğu aynı zamanda aile içi iletişimi olumsuz etkilediği ve bir iletişim aracı olarak gördükleri bulgusuna ulaşılmıştır.

Keleş (2009) yapmış olduğu medya okuryazarlığı öğretim programına yönelik çalışmada nitel yöntem kullanılmıştır. Araştırmanın örneklemi olarak bolu ilinde ilköğretim okullarında medya okuryazarlık dersine giren 8 öğretmenle görüşme yapılarak programla ilgili görüşleri alınmıştır. Araştırma sonucunda; 6. 7 ve 8.

sınıflarda birlikte uygulanan medya okuryazarlığı öğretim programının kazanımları günlük hayatta işlevsel, içerik olarak birbiriyle uyumlu ve eyleme geçirilebilir olduğu düşünülmektedir. Öğretmenlerin dersin zorunlu olması ve medya okuryazarlık çalışma kitapların hazırlanması gerektiğinin yönünde önerilerde bulunmuşlardır. Programda etkinlikler yoluyla içeriğin elde edildiğini bu yüzden içeriği anlaşılır bulmadıklarını belirtmişlerdir. Medya okuryazarlık eğitimin küçük yaşlarda ve diğer derslerin konularına dağıtılarak verilmesi yönünde görüşleri olduğu da tespit edilmiştir.

İnan (2010) öğrencilerin medya okuryazarlık düzeyleri ve medya okuryazarlığına yönelik görüşlerini belirlemeyi amaçlamıştır. Çalışma sonucunda, öğrencilerin medya mesajlarına karşı düşük düzeyde tepkisel yaklaşıma sahip oldukları, çeşitli kaynaklardan gelen haberlere dayanarak kararlar aldıkları, öğrencilerin medyanın etkileri konusunda başkalarını yeterince bilgilendirmediklerini ifade etmişlerdir. Öğrenciler, medya okuryazarlığı dersinin farklı düzeylerde alınması gerektiğine aynı zamanda dersin gerekli olduğuna inandıkları tespit edilmiştir.

Bütün (2010) medya okuryazarlığı dersine yönelik veli, öğretmen ve öğrenci görüşlerini belirlemeyi hedeflediği çalışma neticesinde; öğrencilerin günde yaklaşık 2-3 saat televizyon izlediği ve medya okuryazarlığı derslerinin, öğrencilerin televizyon izleme davranışları üzerinde olumlu bir etkisi olmadığını ortaya çıkarmıştır. Öğrenciler akıllı işaretleri dikkate almadıklarını, evinde interneti olan öğrencilerin günde 1 saat internete zaman geçirdiklerini ifade ettikleri belirtmiştir. Öğrencilerin interneti ağırlıklı olarak oyun oynama, video izleme, film izleme, müzik indirme ve sohbet etme için kullandıkları ortaya çıkmıştır. Öğretmenler ise ders süresini yeterli bulduklarını, velilerin derse yönelik fikri olmadığı ve dersle ilgili veli öğretmen iş birliği sağlanmadığına yönelik sonuç tespit edilmiştir.

Çakmak (2010) araştırmasında İngiltere ve Türkiye medya okuryazarlığı öğretim programı karşılaştırılmış bunun yanı sıra İngiltere ve Türkiye'deki medya okuryazarlığı uzmanlarıyla yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. Çalışmanın sonunda İngiltere'de medya okuryazarlığı öğretimi anadili öğretiminin bir parçası olarak öğretilmekte ve bir dil süreci olarak ele alınmaktadır. Türkiye'de medya okuryazarlığı araştırmalarında bunun yerine iletişim araçları ve iletişim süreci bilgisi ön plana çıkmaktadır. Türkiye'de korumacı bir yaklaşım, İngiltere'de ise medya üretimi öğretimi uygulanmaktadır. İngiltere'nin ve Türkiye'nin medya okuryazarlığı

derslerindeki öğrenme alanlarında bazı benzerlik ve bazı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.

Bilici (2011) çalışmasında, Türkiye'de ortaöğretimde medya okuryazarlığı derslerinin müfredat kapsamı ve içeriği için bir çerçeve sunmayı amaçlamıştır. Bu çerçevede medya okuryazarlığı eğitimini geliştiren ülkeleri ve onu geliştirmekte olan ülkeleri incelemiştir. Medya okuryazarlığı geliştirme süreci, müfredat, politika, içerik, kapsam, literatür araştırması ve içerik analizi hazırlanarak medya okuryazarlığı dersinin ana temaları oluşturulmuştur. Bu temalar İletişim araçları, kavramlar, öğretim yöntemleri, medya mesajları, kaygılar, temel sorunlardan oluşmaktadır. Bu başlıklar ayrı ayrı tanımlanmış ve araştırılarak bir medya okuryazarlığı çerçevesi oluşturulmuştur.

Çelik (2011) Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarının medya okuryazarlığı dersinin öğretmen yeterliklerinden biri olan çok kültürlü tutum geliştirme üzerindeki etkisini incelemeyi amaçlamıştır. Çalışma sonucunda; medya okuryazarlığı dersi ile Çok Kültürlü Öğretmen Tutum Ölçeğindeki öğretmen tutumu puanları arasında anlamlı bir fark bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Koçak (2011) ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlığı dersine yönelik algılarını belirlemeyi amaçladığı çalışmada, öğrencilerin medya okuryazarlığı dersi hakkında genel olarak olumlu bir algıya sahip olduğunu tespit etmiştir. Bunun yanında öğrencilerin medya okuryazarlığı derslerine yönelik algılarının genel olarak okuldan okula farklılık göstermediği sonucuna varılmıştır.

Güner (2011) tarafından yapılan bir çalışmada medya okuryazarlığının öğrencilerin bir televizyon dizisinin mesajını algılamalarına etkisini belirlemeyi amaçlamıştır. Bu araştırma deney grubu ve kontrol grubu şeklinde 6. sınıf öğrencilerine uygulanmıştır. Çalışmada medya okuryazarlığı dersinin öğrencilere analiz edebilme becerisi kazandırdığı sonucuna varılmıştır. Deney grubundaki öğrencilerin akıllı işaret sembol sistemine bağlılıklarına ilişkin ön test ve son test sonuçları arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Deney ve kontrol gruplarında cinsiyet değişkenleri ile geniş aile dizisinde mesajlarının algılanmasında ön test ile son test sonuçları arasında anlamlı fark olduğu tespit edilmiştir.

Sur (2012) ortaokul öğretmenleri ve öğrencilerinin medya okuryazarlığına ilişkin görüşlerini incelemeyi amaçlamıştır. Çalışma sonucunda öğrenciler; medya

okuryazarlığı dersine yönelik tutum düzeyleri ile medya okuryazarlığı düzeyi arasında pozitif yönlü, düşük ve anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Öğretmenlerle yapılan görüşmeler sonucunda bu dersin içerik olarak yeterli buldukları ancak etkinliklerin yetersiz gördükleri yönünde düşündükleri sonucuna varılmıştır.

Ülker (2012) araştırmasının evreni olarak Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretmen Kılavuzunu seçmiştir. Çalışma sonucunda; kazanımların eğitim sürecinin 'giriş', 'uygulama' ve 'geri bildirim' etkinliklerinde müfredat çıktılarının tutarlılığının, öğrenmelerin ders kitaplarındaki varlığının orta düzeyde olduğunu göstermiştir. Sunum ve değerlendirme etkinliklerinde ise kısmi tutarlılık olduğu sonucuna varılmıştır.

Semiz (2013) araştırmasında medya okuryazarlığı dersi alan öğrencilerin yeterlikleri ve bu dersi veren öğretmenlerin karşılarına çıkan sorunları belirlemeyi amaçlamıştır. Çalışma neticesinde, öğrencilerin medya okuryazarlığı dersine katılım, ebeveynlerin televizyon kontrol durumu, sınıf düzeyi ve cinsiyet değişkenlerinin öğrencilerin medya okuryazarlığı becerilerini etkilediği, gün içerisindeki televizyon izleme süresinin ise öğrencilerin medya okuryazarlığı becerilerini etkilemediği sonucuna varmıştır.

Çinelioğlu (2013) araştırmasında öğretmen adaylarının medya okuryazarlığına yönelik tutumlarını incelemeye çalışmıştır. Araştırmada, medya okuryazarlığı derslerinin, öğretmenlerin medyadaki şiddet tasvirlerine yönelik genel tutum değerlerinde fark yaratmada etkili olduğu bulunmuştur. Medya okuryazarlığı dersini alanların bu dersi almayanlara göre ortalama olarak puanları daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Cinsiyet ve sınıf değişkenleri arasında fark bulunmadığı, öğretmen adaylarının interneti ve televizyonu bilgi amaçlı kullandıkları tespit edilmiştir.

Keleş (2013) medya okuryazarlığı dersinin eleştirel pedagoji bağlamında nasıl öğretildiğini incelemeye çalışmıştır. Araştırmalar, Türkiye'de seçmeli olarak okutulan medya okuryazarlığı derslerinin korumacı anlayışlara dayandığını ve öğrencilerde eleştirel düşünmeyi teşvik etmediğini ortaya koymuştur.

Bozkurt (2012) yaptığı çalışmada medya okuryazarlığı dersi ile ilkökul öğrencilerinin medya algılarındaki farklılıkları ortaya koymayı amaçlamıştır. Araştırma grubu ortaokul düzeyinde eğitim gören toplam 963 öğrenci oluşmaktadır. Bu çalışmada tarama modeli uygulanmıştır. Çalışma sonucunda medya okuryazarlığı

eğitimi alan ve almayan öğrenciler arasında kitle iletişim araçlarını kullanım sıklıkları ve medya okuryazarlığı derslerine yönelik tutumlar açısından büyük bir fark olduğu tespit edilmiştir. Öğrencilerden medya okuryazarlığını tanımlamaları istenmiş ancak beş öğrencinin kavramdan habersiz oldukları için yanıt vermediği ortaya çıkmıştır.

Cangin (2014) alışmasında ilkokul ğrencilerinin medya okuryazarlığına bakış açılarını ele almıştır. Araştırmanın alışma grubunu medya okuryazarlığı dersi alan 8. sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. Çalışma sonunda katılımcıların çoğu medyayı takip ettiği ortaya çıkmıştır. Katılımcıların medyayı takip etme aracı olarak ilk sırada televizyonu ikinci sırada ise interneti kullanmış oldukları sonucuna varılmıştır.

Tanrıkulu (2014) tarafından yapılan bir araştırma, ocuk dergilerinin medya okuryazarlığı bağlamında Türkçe derslerinde ğretim materyali olarak kullanılması ve ocuk dergilerinin dersleri nasıl etkilediğinin gözlemlenmesi ile ilgilidir. Bu alışma bir eylem araştırması modeli olarak kullanılmıştır. Çalışma grubu 5. sınıf düzeyindeki öğrencilerden oluşmaktadır. Çalışmada ocuk dergileri, video kameralar, odak görüşmeleri, çalışma kitapları, ebeveyn görüşmeleri ve Facebook paylaşımı gibi araç ve yöntemler kullanılmıştır. Çalışma sonunda öğrencilerin medya okuryazarlığı algılarına sahip olduklarını ve bunun görüşlerine yansıtmış oldukları grlmştir. Öğretim materyali olarak ocuk dergilerinin eğitime olumlu etkisi olmuş, ocuk dergileri ile ğretimin Türkçe ders kitaplarıyla öğretimden daha etkili olduğu bulunmuş ve öğrenciler dergilerin medya unsurlarını fark etmiş oldukları tespit edilmiştir.

Sivritepe (2014) yapmış olduğu çalışmada medya okuryazarlığı dersinin öğrenciler üzerinde ne kadar etkili olduğunu incelemiştir. Çalışma grubu 7 ve 8. sınıf düzeyindeki öğrenciden oluşmaktadır. Katılımcıların medya okuryazarlığı dersi almaları ile medya dersine yönelik algılarının birbirinden farklı olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuç ile dersi alanların medya okuryazarlığı ile ilgili olumlu ifadelere katılmadıkları, aksine kursu eleştirdikleri ve eksik buldukları grlmştir.

zay (2014) alışmasında ortaokul ğrencilerinin medya okuryazarlığına ilişkin görüşlerini incelemeyi amaçlamıştır. Bu amaç doğrultusunda ğrencilere “Ben ve İletişim Anketi” uygulamıştır. Çalışma sonucunda öğrencilerin; televizyon, internet ve cep telefonlarını sıklıkla kullandıkları, kitap, gazete, dergi, DVD, CD’leri daha az kullandıkları ayrıca televizyon izlemelerinden dolayı ders alışamadıkları tespit

edilmiştir. Öğrencilerin televizyonda gördüklerinden etkilendikleri ve medyanın tarafı olduğu görüşünde oldukları tespit edilmiştir.

Barut (2015) *yeni medya okuryazarlığı, iletişim becerileri ve demokratik eğilim: bir yapısal eşitlik modellemesi* adlı çalışmada ilişkisel tarama modeli kullanmıştır. Bu araştırmanın çalışma grubunu üniversite öğrencileri oluşturmaktadır. Araştırmada anket kullanılmıştır. Çalışmada, öğrencilerin iletişim becerilerinin, önemli medyayı tüketmeleri ve demokratik eğilimleri üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Işkın (2015) çalışmasında yeni medya okuryazarlığı programlarını öğretmenlerin bakış açısıyla incelemeyi amaçlamıştır. Araştırmanın çalışma grubunu, on iki Sosyal Bilgiler öğretmeni oluşturmaktadır. Araştırmada görüşme formu kullanılmıştır. Araştırma sonucunda öğretmenlerin 2013 medya okuryazarlığı müfredatını, 2006 müfredatına göre daha olumlu değerlendirdiklerini, medya okuryazarlığı kavramına daha fazla önem verdiklerini ve medya okuryazarlığı eğitimini bir ders olarak daha verilmesini olumlu karşıladıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Tan (2015) ilkokullarda seçmeli olarak okutulan medya okuryazarlığı derslerini öğrenci-öğretmen-aile üçgeninde erişim, etkileme ve paydaşlar bağlamında incelemeyi amaçlamıştır. Araştırmanın çalışma grubunu öğrenciler, öğretmenler, veliler oluşturmaktadır. Araştırma nitel bir çalışma olup görüşme yapılmıştır. Çalışma sonucunda medya okuryazarlığı dersi; bireysel ilgi ve ihtiyaçlara yönelik programlar geliştirilmesi, öğretmen yetiştirilmesi, veli ile iş birliğinin sağlanmaması, eğitim kurumlarındaki teknik altyapısındaki eksikliklerin olması nedeniyle bireylerin bu dersin amacına uygun kazanımları kazanmadıkları ve dersin işlev göstermediği tespit edilmiştir.

Tatar (2016) geleceğin öğretmenlerinin medya okuryazarlığı ile çevrimiçi bilgi arama stratejileri arasındaki ilişkiyi tespit etmeyi amaçlamıştır. Araştırmanın çalışma grubunu öğretmen adayları oluşturmaktadır. Araştırmada veri elde etmek amacıyla ölçekler kullanılmıştır. Çalışmanın sonunda, katılımcıların çevrimiçi bilgi arama stratejileri ile medya okuryazarlık düzeyleri arasında pozitif, orta derecede anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Ardıç (2016) Amerika, Kanada ve Türkiye’de medya okuryazarlığı ile ilgili yapılan lisansüstü çalışmaları incelemiştir. Araştırma sonucunda ABD ve Kanada

lkeleri uygulamalı çalışmalarda Türkiye’den daha iyi durumda oldukları tespit edilmiştir. Ülkelerin çalışmalarında genellikle nitel yöntem üzerinde yoğunlaştıkları ancak Türkiye’de nicel yöntemin diğer ülkelere göre daha fazla olduğu, karma yöntemi ise ABD ve Kanada’daki araştırmacıların Türkiye’deki araştırmacılara oranla daha fazla tercih ettiklerini ortaya koymuştur. Amerika Birleşik Devletleri ve Türkiye’deki araştırmalar öncelikle araştırma ve değerlendirme becerilerine, ardından üretim becerilerine odaklanırken Kanada’daki çalışmalar öncelikle üretim ve ardından analiz ve değerlendirme alt becerilerine odaklanmıştır.

İçelli (2017) araştırmasında medya okuryazarlığı ğretim materyalinin medya okuryazarlığına katkısını ortaya koymaya çalışmıştır. Araştırmanın örneklemini bir medya okuryazarlığı ders kitabı oluşturmaktadır. Araştırma sonucunda materyalin içeriğinde ağırlıklı olarak yer alan ve dolayısıyla içerik üzerinde en fazla etkiye sahip olan becerilerin “medya mesajı üretimi” ve “medya araç ve ortamlarını kullanma ve bilgi edinme” olduğu ortaya çıkmıştır.

Yıldırım (2017) Türkçe ve Sosyal Bilgiler ğretmenlerinin medya okuryazarlığı eğitimine ilişkin beceri/yeterliliklerini ve görüşlerini ortaya koymaya çalışmıştır. Çalışmada karma yöntem kullanılmıştır. Çalışma grubu Türkçe ile Sosyal Bilgiler ğretmenleri oluşturmaktadır. Araştırma sonucunda ölçeklerden elde edilen veriler hesaplandığında öğretmenlerin başarı puan ortalamasının “Kısmen yeterli” olduğu ortaya çıkmıştır. Öğretmen medya eğitimini gerekli gördüğü; medya dersinin yeterli donanım ve ğrenci etkinliklerine sahip sınıflarda verilmesi gerekli olduğudur. Ayrıca medya okuryazarlığı eğitimi veren kurumların medya eğitim ekipmanından yoksun olduğu ve ders içeriğinin güncel olduğu tespit edilmiştir.

Karataş (2017) ğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeylerini belirlemeyi ve eğitim bölümlerine uygulanabilir bir medya okuryazarlığı eğitim programı tasarlamayı amaçlamıştır. Araştırma sonucunda; ğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeyi 100 üzerinden 66,5 olarak belirlenmiştir. Medya okuryazarlık düzeyi cinsiyete, yaşa, sınıfa veya konuya göre değişmemektedir. Gazete okuma ile televizyon izleme süresi medya okuryazarlık düzeyi üzerinde etkili olmadığı ortaya çıkmıştır. Televizyon izleme sırasında seçilen programın içeriğinin medya okuryazarlığı düzeyini etkilediği, ğretmen adaylarının medyayı tanımlamasına rağmen medyanın üretim aşamasına hiç değinilmediği tespit edilmiştir. Medya

okuryazarlığı eğitim programının öğretmen adaylarının medya okuryazarlığı düzeyi üzerinde verimli sonuçlar ürettiği sonucuna varılmıştır.

Banaz'ın (2017) yaptığı çalışmanın amacı lise öğrencilerinin medya okuryazarlıklarını ortaya çıkarmaktır. Araştırma modeli olarak ilişkisel tarama modeli seçilmiştir. Araştırmada veri elde etmek için “Medya Okuryazarlığı Ölçeği” kullanılmıştır. Araştırma sonucunda; Öğrencilerin büyük çoğunluğunun izledikleri programdan haberdar oldukları, kısa mesaj uygulamalarını sıklıkla kullandıkları, cep telefonu ile internete bağlanan öğrencilerin 4 saatten fazla bağlananların 4 saatten az bağlananlara göre medya okuryazarlık düzeyi daha yüksek çıktığı tespit edilmiştir. Lise öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeyleri sınıf değişkenine göre anlamlı bir fark olmadığı ortaya çıkmıştır.

Erdem'in (2018) çalışması, öğretmen yetiştirme programlarında uygulanmak üzere bir medya okuryazarlığı müfredatı geliştirmeyi amaçlamıştır. Çalışmada karma yöntem uygulanmıştır. Çalışma grubunu öğretmen adayları oluşturmaktadır. Araştırmada ölçek ve görüşme formu kullanılmıştır. Çalışma sonucunda; programın yapısında 6 genel hedef, 22 özel hedef, 166 gösterge ve içerik, öğretme-öğrenme süreci, ölçme ve değerlendirme unsurları, uygulama ilkeleri ve öğrenme hedeflerine göre hazırlanan ders planları yer almaktadır.

Özel (2018) araştırmasında *Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarının medya okuryazarlığı algılarının incelenmiştir*. Araştırmada tarama modelini uygulamıştır. Çalışma sonuçlarına göre öğretmen adayların medya yeterliği algılarının ölçek ve alt boyutlarda yüksek düzeyde olduğunu göstermektedir. Medya okuryazarlığı algısı ve ailenin aylık geliri arasında fark olmadığını, anne ve baba eğitim düzeyi arttıkça öğrencilerin medya okuryazarlık düzey algıları yüksek olduğu tespit edilmiştir. Öğrencilerin medya okuryazarlığı algıları üzerinde televizyon izleyerek geçirilen süre, interneti kullanarak geçirilen süre, mahalle ve konut kalitesi dâhil olmak üzere çeşitli değişkenlerin önemli bir etkileri olduğu ortaya çıkmıştır.

Dolanbay (2018) araştırmasında Sosyal Bilgiler öğretmen adayları için bir medya okuryazarlığı eğitim modeli geliştirmeyi amaçlamıştır. Araştırma nitel araştırma yöntemlerinden biri olan eylem araştırması yapmıştır. Çalışmada odak grup görüşmeleri, bireysel görüşmeler, gözlem öncesi-gözlem sonrası formları, kompozisyon, öğrenci çalışma kâğıtları, araştırmacı ve gözlemci günlükleri

kullanılmıştır. Çalışma sonucunda; medya okuryazarlığının bilgi boyutunda medya kavramlarına yönelik bilgi ve farkındalıklarının arttığı, beceri boyutunda öğrencilerin MOY becerilerini kazandıkları tespit edilmiştir. Öğretmen adayları medya okuryazarlık dersinin kendilerine özgüven, farkındalık, bilinç gibi bilgi ve beceriler kazandırdığı aynı zamanda uygulama imkânı sağladığı için mesleki yaşamlarında olumlu etkisinin olacağı yönünde sonuç elde edilmiştir.

Coşan'ın (2019) medya okuryazarlığı eğitimi açısından ilkökul çocukları ile yapmış olduğu araştırmasında anket, yüz yüze görüşme ve vaka çalışması kullanılmıştır. Araştırmalar, medya okuryazarlığı derslerinin temel yaklaşımlardan biri olan güçlendirme, analiz ve eleştirel bakış açısı çerçevesinde uygulanması gerektiğini göstermektedir. Ayrıca gözlem ve vaka incelemeleri sonucunda medya okuryazarlık konusunda yeterlilik düzeyindeki öğretmenler tarafından dersin verilmesi gerektiği, annenin, babanın medya okuryazarlığı alanında eğitim alması gerektiği tespit edilmiştir. Medya okuryazarlığın sadece örtük eğitimde değil ailelerin de bu konuda destek sağlayarak iş birliği yapması sonucu amacına ulaşılacağı sonucuna ulaşılmıştır.

Türkan (2019) medya okuryazarlığı dersi gören öğrencilerinin sosyal medyaya yönelik tutumlarını bazı değişkenler açısından incelemeyi amaçlamıştır. Çalışmada tarama modeli kullanılmıştır. Araştırma grubunu ortaokulda medya okuryazarlığı dersi alan öğrenci oluşturmaktadır. Araştırma sonucunda medya okuryazarlığı derslerine katılan öğrencilerinin sosyal medyayı aktif olarak kullandıkları ve sosyal medyaya karşı olumlu tutuma sahip oldukları ortaya çıkmıştır.

Yardım (2019) tarafından ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlığına yönelik tutumları üzerine yapılan çalışmada tarama modeli kullanılmıştır. Araştırma sonucunda medya okuryazarlığının, sosyal medya kullanan katılımcıların ve sosyal medya kullanmayan katılımcıların ortalamasına göre daha etkili olduğu tespit edilmiştir. Evinde internet erişimi olmayan öğrencilerin medya okuryazarlığı düzeyleri evinde internet erişim olanlara göre daha yüksek olduğu görülmüştür.

Aydemir (2019) cinsiyete duyarlı medya okuryazarlığı eğitiminin öğretmenlerin cinsiyet eşitliğine yönelik tutumları üzerindeki etkisini araştırmayı amaçlamıştır. Çalışma karma yöntemle yürütülmüştür. Araştırmanın çalışma grubunu öğretmen adayları oluşturmaktadır. Araştırmanın verilerini toplamak için bir araç olarak; anket, ölçek ve görüşme formu kullanılmıştır. Araştırmada elde edilen

bulgular; medya okuryazarlığı programının öğretmen adaylarının medyadaki cinsiyetçi mesajların analizinin, medyadaki cinsiyetçilik algılarının, cinsiyetçi medyaya yönelik tutumlarına etkili olduğu ortaya çıkmıştır.

Gümüş (2020) *ilkokul öğrenci ebeveynlerinin medya okuryazarlık düzeylerinin incelenmeyi amaçladığı çalışma* sonucunda; ebeveynlerin medya okuryazarlık düzeyleri yüksek bulunmuştur. Ebeveynlerin cinsiyet değişkenine göre medya okuryazarlık düzeyleri aynı çıkmış ve eğitim düzeylerine göre farklılık olduğu görülmüştür.

Özdemir (2021) yapmış olduğu çalışmada öğretmen adaylarının iletişim becerileri ile medya okuryazarlık düzeyleri arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Araştırma sonucunda; kadınların erkeklere göre medya okuryazarlık ve iletişim ortalamaları daha yüksek bulunmuştur.

Koçar (2022) “*öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeyleri ile küresel vatandaşlık düzeyleri arasındaki ilişkinin belirlenmesi*” adlı çalışmasında medya okuryazarlık ve küresel vatandaşlık arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır. Ayrıca cinsiyet değişkeni açısından karşılaştırılmasında küresel vatandaşlık düzeylerinin farklılık gösterdiği yani kadınların erkeklere göre daha yüksek düzeyde olduğu fakat medya okuryazarlık düzeylerinin cinsiyete göre farklılık göstermediği sonucuna ulaşmıştır.

1.3.2.Girişimcilik ile İlgili Yapılan Çalışmalar

Çelik (2013) İlköğretim okulu yöneticilerinin dönüşümcü liderlik ile girişimcilik becerileri arasındaki ilişkiyi öğretmenlerin algılarına göre araştırmıştır. Araştırmanın örneklemini ilköğretim okullarında görev yapan 625 sınıf öğretmeni oluşturmaktadır. İlişkisel araştırma modeli kullanılarak yürütülen nicel bir çalışma olan bu çalışmada, ölçekler ve literatür taraması yoluyla veri toplanmıştır. Çalışma sonucunda; öğretmenlerin okul yöneticilerini girişimci kişiler kadar değişimin lideri olarak gördükleri; dönüşümcü liderlik ile girişimcilik arasında pozitif orta derecede anlamlı bir ilişki olduğunu bulmuştur.

Akyürek (2013) *İlkokul öğretmenlerinin girişimcilik becerisine ilişkin görüşlerinin değerlendirilmesini* amaçlamıştır. Çalışma sonucunda; sınıf öğretmenlerinin, öğrencilere kazandırılması hedeflenen girişimcilik becerilerine

ilişkin görüşleri, cinsiyet, mezuniyet durumu, sınıf mevcudu ve kıdem yılına göre farklılaşmamıştır. Ayrıca öğretmenlerin girişimcilik becerileri edinmede yetersiz olduğu, müfredata ilişkin görüşleri değerlendirildiğinde girişimciliği olumlu yönde etkileyen ilk dersin hayat bilgisi olduğu, bunu fen bilgisi, matematik, sosyal bilgiler ve Türkçe derslerinin izlediği sonucuna ulaşılmıştır.

Koçyiğit (2013) *Üniversite öğrencilerinin girişimcilik özelliklerini belirlenmeyi amaçlamıştır. Araştırmanın evreni İstanbul Arel üniversitesi 2012-2013 eğitim-öğretim yılının* kapsamaktadır. Araştırma sonucunda; erkek girişimcilerin kadın girişimcilere göre daha negatif bir bakış açısı bulunduğu; kadın girişimcilerin erkek girişimcilerine göre kariyere daha fazla önem verdikleri ve girişimcilik dersi görenleri bu dersi görmeyenlere göre daha yaratıcı oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Çelik (2014) Sosyal Bilgiler ve Sınıf öğretmeni adaylarının girişimcilik bilgi ve becerilerini ortaya çıkarmayı amaçlamıştır. Çalışmada nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Çalışma sonucunda; girişimcilik bilgi ve becerileri düzeyi arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır. Ayrıca öğrencilerinin sınıf düzeyi değişkenine göre girişimcilik bilgi ve becerileri düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı, üniversitelerin bu konuya ilişkin yeterli eğitim vermedikleri tespit edilmiştir.

Uslu (2015) bilgisayar bilimleri ve eğitim teknolojileri eğitimi alan öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerini ve girişimci niyetlerini duygusal zekâ faktörlerine göre incelemeyi amaçlayan çalışma, 16 üniversiteden 980 öğrenci ile gerçekleştirilmiştir. Çalışma sonucunda, erkek öğrencilerin özgüven, yenilik yapma yeteneği, harekete geçme isteği, risk almaya isteklilik ve belirsizliğe karşı direnç açısından kız öğrencilere göre daha yüksek girişimci kişilik özelliklerine sahip olduğunu sonucu bulunmuştur. Cinsiyet değişkeni açısından, erkeklerin kızlara göre daha girişimci olduğu ve bu çerçevede duygusal zekâ faktörlerinin girişimci kişilik özellikleri ile girişimci niyetini etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

İn (2015) Sosyal Bilgiler dersi kitaplarında bulunan girişimcilik becerilerinin içerik analizi ile incelemeyi amaçlamıştır. Ders kitaplarında girişimcilik becerisinin, ekonomi, kişisel ve iletişimsel boyutları kapsamında incelenmiştir. Çalışma sonucunda; girişimcilik becerisinin ekonomik boyutunda; başarılı girişimcileri tanıma, meslekleri tanıma, iş yerlerini tanıma ile girişimcilerin karşılırlarına çıkan

zorlukları bilme, ekonominin kavramlarını bilmek, bireylerin ekonomideki rolünü keşfetme becerilerine göre daha düşük olduğu tespit edilmiştir.

Altıntop (2015) *ortaöğretim öğrencilerinde mesleki yönelim ve girişimcilik* adlı çalışmayı yapmıştır. Çalışmanın örneklemini, 9. sınıf ve 12. sınıf öğrencilerini kapsamaktadır. Araştırmada elde edilen bulgulara göre öğrencilerin mesleki yönelimlerini ve girişimciliklerini belirleme sorumluluğu olmasına rağmen, meslek seçimi konusunda farkındalık düzeylerinin yeterli olmadığı ortaya çıkmıştır.

Uğur (2015) ilkokul programlarında girişimcilik eğitiminin konulmasına ilişkin model önerisi geliştirmeyi amaçlamıştır. Bu çalışmasında farklı ülkelerdeki girişimcilik eğitimi uygulamalarını incelemiş ve Türkiye için faydalı uygulamaları belirlemeye çalışmıştır. Bu amaçla, çocuk girişimciliği ile ilgili kitaplar incelenmiş ve çalışma sonucunda, girişimciliğin bazı ülkelerde çekirdek bir ders olarak öğretildiğini, bazı ülkelerde ise programdan ayrı bir ders olarak yer aldığını tespit edilmiştir. Her ülke girişimcilik eğitiminin, hem eğitim programında kazanım olarak hem de ilkokul seviyesinden itibaren ayrı bir ders olarak yer vermesini dikkate almalıdır.

Çetin (2015) *öğrenme stillerine göre öğrencilerin girişimcilik becerilerini incelenmeyi* amaçlamıştır. Ayrıca bu çalışmada amaç, 6. sınıf öğrencilerinin girişimcilik becerilerini yaratıcılık, yenilikçilik, risk alma, eleştirel düşünme ve başarı ihtiyacı açısından değerlendirmektir. Çalışma sonucunda; girişimcilik becerileri söz konusu olduğunda kinestetik öğrenme stiline sahip öğrencilerin yüksek düzeyde olduğu görülmüştür. Öğrenciler, girişimciliği oluşturan yaratıcılık, yenilikçilik, risk alma ve kişilerarası yönlerde başarılı oldukları ortaya çıkmıştır. Öğrenciler, öğrenirken duyularını öğrenmeye daha fazla dahil ettikleri için, aktif öğrenme etrafında düzenlenen ortamlarda işitsel ve görsel öğrenme stillerine sahip öğrencilere göre daha girişimci olma olasılıkları daha yüksek olduğu sonucuna varılmıştır.

Ulucan (2015) *girişimcilik eğilimi ve girişimcilik eğilimini etkileyen faktörler üzerine çalışma* yapmıştır. Çalışmanın örneklemini lise öğrencileri oluşturmaktadır. Araştırma sonucunda; annenin eğitim durumu, meslek alanı, pozisyonu ile babanın eğitim durumu ve pozisyonunun iş kurma eğilimi üzerinde bir etkisi olmadığı ancak babanın pozisyonunun etkisi olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca öğrenci kariyer hedeflerinin girişimcilik üzerindeki etkisini incelediğimizde, öğrencinin devam ettiği okul ile girişimcilik arasında anlamlı bir fark olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Günay (2016) yapmış olduğu bu çalışmada öğrencilerin girişimcilik eğilimlerini karşılaştırılmayı amaçlamıştır. Çalışmada, öğrencilerin girişimcilik eğilimlerini tespit etmek ve bu eğilimin demografik özelliklerle nasıl bir ilişki içinde olduğunu analiz etmeye çalışmıştır. Örneklem grubunu, üniversite öğrencileri oluşturmaktadır. Çalışma sonucunda, öğrencilerinin yüksek düzeyde girişimciliğe sahip olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca erkek ve kadın öğrenciler arasında girişimcilik eğilimlerinde anlamlı fark bulunmamıştır.

Köybaşı (2016) tarafından okul yöneticilerinin girişimcilik algıları ile ilgili yapılmıştır. Çalışmanın örneklemini okul yönetici ile oluşturmaktadır. Çalışma sonucunda, yöneticilerinin girişimcilik düzeylerine yönelik algılarında okul türü, kıdem ve cinsiyet değişkenine göre farklılık bulunmadığı ayrıca özyeterlik inancı ile örgütsel bağlılığın bazı boyutlarında yukarıdaki değişkenler bakımından farklılaşma olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Ataseven (2016) Türkiye ve Avrupa Birliği ülkelerindeki ilkökul öğrencilerinin girişimcilik yeterliliklerinin karşılaştırılmasına ilişkin bir çalışma yapmıştır. Çalışma sonucunda; Türkiye’de müfredatta yer alan girişimcilik eğitiminin yenilemenin işe yaradığı ve ilkökul seviyesindeki öğrencilerin girişimcilik becerilerinin Avrupalı akranlarına göre anlamlı ölçüde daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Özdemir (2016) girişimci üniversiteler ve Türkiye’de girişimcilik eğitimi adlı çalışmasında Türkiye’deki üniversitelerde verilen girişimcilik eğitimi altı alt boyut üzerinden detaylı olarak incelemiş ve verilen girişimcilik eğitimi ortaya koymayı amaçlamıştır. Çalışma sonucunda, üniversitelerin mevcut durumuna bakıldığında son yıllarda yükseköğretim kurumlarında girişimcilik eğitiminin arttığı ve girişimcilik eğitime verilen önemin de arttığı ortaya çıkmıştır. Boyutlar açısından sonuç ise en güçlü boyut strateji boyutu ve en zayıf boyut kaynak boyutu olduğu tespit edilmiştir.

Demirhan (2016) yapmış olduğu çalışmada öğrencilerinin girişimcilik özelliklerini incelemeyi amaçlamıştır. Çalışma sonucunda; yaş ile girişimcilik arasında anlamlı bir fark olduğu ortaya çıkmıştır. Buna ek olarak 26 yaştan büyük öğrenciler 25 yaştan küçük öğrencilere göre daha girişimci olduğu, kardeş sayısında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu ve en küçük kardeşlerin büyük kardeşlere göre daha girişimci olduğu sonucuna varılmıştır.

Arcagök (2016) dördüncü sınıf Sosyal Bilgiler dersinde motivasyon, girişimcilik ve yaratıcılık ile özerklik algıları arasındaki ilişkiyi araştıran bir çalışmadır. Çalışma sonucunda, öğrencilerin Sosyal Bilgiler derslerinde özerklik algılarına sahip olduğunu göstermektedir. Çalışmaya katılma nedeni derse olan ilgi, merak ve istektir. Ayrıca öğrencileri derslerde çalışmaya iten gücün ve niyetin, içsel motivasyonlar olduğu; Sosyal Bilgiler ana dallarında öncelikli olarak girişimcilik becerilerine sahip oldukları gösterilmiştir. Öğrencilerin girişimcilik ve yaratıcı düşünme becerileri de yüksek düzeyde olduğu tespit edilmiştir.

Deveci (2016) Fen Bilimleri Müfredatı ile bütünleştirilmiş girişimcilik eğitimi modüllerinin geliştirilmesi, uygulanması ve değerlendirilmesi başlıklı çalışmayı yapmıştır. Örneklemi fen bilgisi öğretmeni adayları oluşturmuştur. Çalışma sonucuna göre girişimcilik eğitimi modülünün lisans öğrencilerine fen eğitimi ile girişimcilik arasındaki ilişkiyi öğretirken gündelik problemlerin fen eğitiminde ve girişimcilikte önemli rol oynadığı belirlenmiştir.

Kahya (2016) ortaokul ve lisede girişimcilik eğitimi başlıklı bir çalışma yapmıştır. Çalışma örneklemini ortaokullar ve lise öğretim programları ve yıllık planlar oluşturmaktadır. Araştırma sonucunda, ortaokul ve lisede girişimcilik ile bağlantılı kurularak araştırılan yaratıcılık, üretim, değer üretimi, başarı ilişkisi kavramlarının müfredat ve yıllık planlarda düşük oranda ele alındığı tespit edilmiştir. Ayrıca uygulanan müfredatın ve yıllık planların, bireyin girişimcilik becerilerini geliştirmek ile girişimcilik kültürü oluşturmak için yeterli olmadığı görülmüştür.

Köstekçi (2016) geleceğin öğretmenlerinin girişimcilik özellikleri ile yansıtıcı düşünme düzeyi arasındaki ilişkiyi incelemeyi amaçlamıştır. Çalışma sonucunda; öğretmenlerin girişimcilik düzeyleri yüksek çıkmıştır. Cinsiyete göre bir fark bulunmamış ama bölümler arası girişimcilik düzeylerinde fark olduğu sonucuna ulaşılmış.

Arslan (2016) ilkokul Sosyal Bilgiler müfredatındaki girişimcilik ve mesleki becerilerini öğretmen görüşlerine göre değerlendirmiştir. Araştırmanın veri toplama aracı Sosyal Bilgiler ders kitabı ve öğretmen görüşleri kullanılmıştır. Araştırma sonucunda; Sosyal Bilgiler ders saatinin yetersizliği, ders kitapların görsel açıdan yetersiz olduğu yerinde kullanılmadığı, kullanılan yöntem ve tekniğin yetersiz, öğrencinin hazır bulunuşunun yetersiz olmasından dolayı girişimcilik becerisinin

olumsuz etkilendiği ortaya çıkmıştır. Olumlu etkileyen unsurların başında; gezi, iş yeri ziyaretleri, velinin etkisi, öğrenci profiline olumlu etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Coşkun (2016) devlet ve vakıf üniversitelerinde y kuşağı kişilik özellikleri ile girişimcilik arasındaki ilişkisi incelemiştir. Çalışmanın evrenini İstanbul ve Isparta illerindeki devlet ve vakıf üniversitelerindeki üçüncü-dördüncü sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. Çalışma sonuçlarına göre vakıf üniversitesinde okuyan öğrencilerin devlet üniversitesinde okuyan öğrencilere göre daha yüksek oranda girişimcilik yatkınlıklarına sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Çakır (2016) *fen öğretiminde açık uçlu araştırmacı sorgulayıcı öğrenme etkinliklerinin yaratıcılık ve girişimcilik becerilerine etkisi* adlı çalışma yapmıştır. Çalışmanın evreni Kırıkkale üniversitesi fen bilgisi bölümünde okuyan 3 sınıf öğretmen adayları oluşturmaktadır. Araştırma sonunda; etkinliklerin, öğretmen adaylarının girişimcilik ve yaratıcılık becerilerini geliştirdiği sonucuna ulaşılmıştır.

Sönmez (2017) kariyer planlamasında girişimcilik niyetinin yerini araştırmayı amaçlamıştır. Çalışmanın örneklemini üniversite öğrencileri oluşturmaktadır. Araştırma sonunda; girişimciliğe genel olarak olumlu bakıldığı ve devlet desteğinin yeterli olmadığı, aynı zamanda bürokratik engellerin olduğu yönünde görüşlerin olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Şahin (2018) öğretmen adaylarının tamamlayıcı ölçme araçlarına yönelik farkındalık düzeylerini belirlemeyi ve farkındalık düzeyi ile girişimcilik ve yenilikçilik düzeyi arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Çalışmada karma yöntem uygulamıştır. Araştırma grubu 137 üniversite öğrencisi oluşmaktadır. Araştırmada anket ile görüşme formu uygulanmıştır. Çalışma sonucunda, öğretmen adaylarının girişimcilik ve yenilikçilik düzeylerinin orta düzeyde pozitif olduğu, girişimcilik düzeyleri ile yenilikçilik düzeyleri arasında yüksek pozitif yönde bir ilişki bulunmuştur.

Ateş (2018) öğretmen adaylarının sosyal girişimcilik özelliklerini ve eleştirel düşünme eğilimlerini incelemeyi amaçlamıştır. Bu çalışma ilişkisel tarama modelinde uygulanmıştır. Araştırma, öğretmen adaylarının eleştirel düşünme değişkeninin sosyal girişimcilik özellikleri değişkenini anlamlı düzeyde yordadığını ortaya koymuştur. Ayrıca Sosyal Bilgiler öğretmen adayları arasında sosyal girişimcilik özellikleri için sınıf değişkenine göre puan ortalamalarında anlamlı bir fark olmadığı sonucuna varılmıştır.

Adatepe (2018) araştırmasında öğretmen adaylarının girişimcilik özellikleri ile yansıtıcı düşünme düzeylerini araştırmayı amaçlamıştır. Araştırmada nicel yöntem kullanılmıştır. Araştırmada veri elde etmek için girişimcilik ölçeği ve yansıtıcı düşünme ölçeği kullanılmıştır. Çalışma sonucunda, öğretmen adaylarının cinsiyete göre girişimcilik özellikleri arasında bir farklılık bulunmadığı tespit edilmiştir. Bir diğer sonuçta öğretmen adaylarının yansıtıcı düşünme ölçeğinin alt boyutları ile girişimcilik arasında pozitif yönde ve anlamlı bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır.

Tarhan (2018) tarafından, Sosyal Bilgiler dersinde girişimcilik becerisinin kazandırılmasına yönelik eylem araştırması yapılmıştır. Bu çalışmada Sosyal Bilgiler dersinde girişimcilik becerisi kazandırmaya yönelik etkinlikler planlayarak bu etkinliklerin uygulanması ve etkilerinin ortaya çıkarılması hedefini belirlemiştir. Araştırma sonucunda girişimcilik eğitimi süreçleri belirlenmiş, alt temalar, beceriler, değerler ve yöntem-teknikler oluşturulmuştur. Girişimcilik eğitim süreçleri oluşturulmuş, bu süreçler; ürün ve üretim, iş fikri, finansman, yatırım, reklam ve pazarlama olmak üzere beş başlıkta sunulmaktadır. Girişimcilik becerileri edinmenin en uygun yolu etkinlikler aracılığıyla olduğu ifade edilmiştir.

Armut (2018) araştırmasında Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarının girişimcilik düzeylerini farklı değişkenlere göre incelenmeyi amaçlamıştır. Çalışmada nicel yöntem kullanılmıştır. Araştırmada veri toplama aracı olarak girişimcilik ölçeği kullanılmıştır. Çalışma grubunu 175 Sosyal Bilgiler öğretmen adayı oluşturmaktadır. Araştırma sonucunda, katılımcıların girişimcilik düzeylerinin yüksek çıktığı tespit edilmiştir. Katılımcıların cinsiyet, baba mesleğine göre girişimcilik düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu; yaş, sınıf ve memleketin coğrafi bölgelerine göre girişimcilik düzeylerinde anlamlı bir fark olmadığı ortaya çıkmıştır.

Şahin (2018) yapmış olduğu çalışmada, lise düzeyindeki *okul yöneticilerinin yenilik yönetimi yeterlikleri ile girişimcilik yeterlikleri arasındaki ilişkiyi* belirlemeyi amaçlamıştır. Araştırmanın amacına ulaşmak için veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Çalışma sonucunda, okul yöneticilerin girişimcilik düzeyleri yüksek düzeyde olduğu, girişimcilik algıları yaş, cinsiyet, eğitim durumu, branş göre farklılık göstermediği, okul türü değişkenine göre anlamlı farklılık bulunduğu sonucuna varılmıştır. Bir başka sonuçta okul müdürlerinin yenilikçi yönetim yeterliği ile girişimcilik yeterliği arasında pozitif ve orta düzeyde bir ilişki gözlemlenmiştir.

Çelik (2019) tarafından yapılmış bir çalışma öğretmen, öğrenci görüşlerine göre Sosyal Bilgiler programlarında girişimcilik ve kariyer farkındalığının kazanımlarına yönelik hazırlanmıştır. Çalışma sonucunda; öğretmenlerin görüşüne göre mesleki farkındalık ve girişimcilik becerilerinin bağlantılı olduğu, ayrıca öğretmenlerin bu iki becerinin Sosyal Bilgiler içeriğinde yer aldığı fakat programın yoğunluğundan, ders saatinin az olmasından dolayı yeterince zaman ayırmadıklarını belirtmişler. Öğrencilerde kariyer bilinci ve girişimcilik hakkında yeterli bilgi sahibi olmadıkları bunun nedeni olarak öğretmenleri bu konuları yeterince zaman ayırmamasına bağladıkları ifade ettikleri tespit edilmiştir.

Karakaş (2019) ortaokul görsel sanatlar dersi çerçevesinde kendini ifade etme ile girişimcilik becerisinin geliştirilmesine yönelik yapmış olduğu bir araştırmadır. Araştırmada öğrenciler ile çeşitli etkinlikler yapılmış ve öğrencilerin yapmış oldukları çalışmaları topluluk önünde sunmaları istenmiştir. Araştırma sonucunda öğrencilerin ilk başta rahat ifade edemedikleri, utandıkları fakat zamanla kendilerini topluluk önünde daha iyi ve rahat bir şekilde ifade ettiklerini belirlenmiştir. Görsel Sanatlar dersinin öğrencilerin kendini ifade etme süreci ve girişimcilik becerileri açısından önemli olduğu vurgulanmıştır.

Yıldırım (2020) yapmış olduğu çalışmada “*Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarının girişimcilik düzeylerini incelemeyi*” amaçlamıştır. Araştırma tarama modeli olarak tasarlanmıştır. Çalışma grubunu 4 farklı üniversitede okuyan 454 Sosyal Bilgiler öğretmen adayı oluşturmaktadır. Çalışma sonucunda; öğretmen adaylarının cinsiyet, yaşadıkları iller, anne-baba öğrenim durumu, sınıf düzeyine göre duygusal zekâ, fırsatları görme ve girişimcilik düzeylerinde anlamlı bir farklılık olmadığı belirlenmiştir. Ayrıca girişimcilik düzeyini etkileyen faktörlerin derinlemesine incelemesine yönelik çalışmaların yapılması önerilmektedir.

Kaya (2020) öğretmen adaylarının girişimcilik becerilerini 21.yüzyıl becerileri kapsamında incelemeyi amaçlamıştır. Bu çalışmada karma yöntem kullanılmıştır. Bu Araştırma, öğretmen adaylarının 21.yüzyıl becerilerinin ve girişimcilik becerilerinin orta düzeyde veya üzerinde olduğunu ortaya koymuştur. 21.yüzyıl becerileri ile girişimcilik arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Şentürk (2021) yapmış olduğu çalışmada *girişimciliğin Sosyal Bilgiler dersinde öğrencilere kazandırılabilmesi için öğretim materyali geliştirme ve öğretim*

yöntem ve tekniklerini belirlemeyi amaçlamıştır. Çalışma sonucunda; bu beceriyi kazandıracak öğretmen adaylarının lisans eğitiminde girişimcilik dersi alması gerektiğini ifade ettikleri belirlenmiştir. Sosyal Bilgiler dersinin bu beceriyi kazandırmaya uygun bir içeriğe sahip olduğu fakat ders saati yetersizliğinden dolayı öğretmenlerin yeterli süreyi ayırmadıklarını dile getirdikleri ortaya koymuştur. Ayrıca Sosyal Bilgiler programının girişimcilik becerisini kazandırmada yetersiz olduğunu ve programın geliştirilmesi gerektiğine vurgu yaptıkları sonucuna ulaşmıştır.

1.3.3.Araştırma Konusu İle İlgili Yapılan Çalışmaların Genel Değerlendirilmesi

Araştırma kapsamında medya okuryazarlığı becerisi ve girişimcilik ile ilgili alanyazın taraması yapılmıştır. Bu inceleme sonucunda medya okuryazarlığı ve girişimcilik ile ilgili ayrı ayrı çok sayıda makale, tez çalışmasının yapıldığı görülmektedir. Ayrıca medya, medya okuryazarlığı eğitimi, medya okuryazarlığı ve medya okuryazarlık şeklinde ifade edildiği görülmektedir. Farklı tema aramalarında farklı çalışma sayılarına ulaşılmaktadır. Bu çalışmanın değerlendirilmesi için ulusal tez merkezinde “medya okuryazarlığı” kavramı arandığında 117 teze ulaşılmış bu tezlerin 27’si doktora 90’nı yüksek lisans alanında yapıldığı tespit edilmiştir. “medya okuryazarlık” kavramı arandığında 2008-2022 yılları arasında 33 tez çalışmasının yapıldığı tespit edilmiştir. Yapılan bu çalışmaların 5’i doktora, 28’i yüksek lisans türünde yapılmıştır. Buna ek olarak yapılan çalışmaların, 28’sinin eğitim alanıyla ilgili olduğu, 5 çalışmanın ise radyo ve televizyon, gazetecilik ve halkla ilişkiler alanlarında yapıldığı görülmektedir. Medya okuryazarlığı ile ilgili yapılan çalışmaların örnekleme incelendiğinde; öğretmenler, öğretmen adayları, ilkökul düzeyindeki öğrenciler, ortaokul öğrencileri, meslek lisesi öğrencileri, lisansüstü öğrencileri ve üniversite personelinin oluşturduğu görülmektedir. Ayrıca yapılan çalışmalarda kullanılan yöntem incelendiğinde; daha çok nicel yöntemde ilişkisel tarama yapıldığı görülmektedir. Konu olarak değerlendirildiğinde ise daha çok medya okuryazarlık dersi, medya okuryazarlığı ile ilgili öğrenci ve öğretmen görüşleri, medya okuryazarlığının çeşitli beceriler ile arasındaki ilişki ve medya okuryazarlık düzeyi temalarında yoğunlaşan araştırmaların yapıldığı söylenebilir.

Girişimcilik ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde; ulusal tez merkezinde “girişimcilik” kavramı arandığında girişimcilik alanında 820 tez çalışmasının yapıldığı

görülmektedir. Bu sayının 145 tez çalışmasının eğitim alanında 675 çalışmanın ise işletme, turizm, ekonomi, denizcilik, gastronomi ve mutfak sanatları, bilim teknolojileri, siyasal bilimler gibi alanlarda yapıldığı görülmektedir. Eğitim alanında yapılan bu çalışmaların türü incelendiğinde, 122'si yüksek lisans, 23'ü doktora türünde yapılmıştır. Sosyal Bilgiler dersi kapsamında 16 tez çalışması olduğu görülmektedir. Girişimcilik ile ilgili yapılan çalışmaların örnekleme bakıldığında; 40 çalışmanın öğretmen, öğretmen adayları, 64 çalışmanın ilkokul, ortaokul, ortaöğretim ve üniversite öğrencileri oluştururken bunun yanı sıra ders kitapları, yöneticiler de örneklem alındığı görülmektedir. Kullanılan yöntem bakıldığında; sırasıyla daha çok nitel yöntem, nicel yöntem ve karma yöntemin tercih edildiği görülmektedir.

Girişimcilik ile ilgili yapılan çalışmaların konuları incelendiğinde; bazı yaklaşım, yöntem ve tekniklerin girişimcilik becerisine etkisi, girişimcilik düzeyleri, girişimcilik hakkında öğrenci ve öğretmen görüşleri, öğretim programları gibi tema üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir.

Yapılan çalışmalar incelendiğinde genel olarak son yıllarda medya okuryazarlığı ve girişimcilik alanında artış olduğu yönündedir. Bu bulgular doğrultusunda medya okuryazarlığı ve girişimcilik konularının önem teşkil ettiği söylenebilir.

2.YÖNTEM

Araştırmanın bu aşamasında araştırmanın modeli, evreni, örnekleme, veri toplama araç ve teknikleri, verilerin toplanma süreci, verilerin analiz sürecinde kullanılan teknikler ile ilgili açıklamalara yer verilmiştir.

2.1. Araştırmanın Modeli

Sosyal Bilgiler dersi bağlamında ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeylerinin girişimcilik düzeyleriyle ilişkisinin belirlenmesinin amaçlandığı bu çalışmada, araştırmanın doğasına uygun olarak karma araştırma yöntemi uygulanmıştır. Karma yöntem araştırması, hem nicel hem de nitel yaklaşımların bir arada kullanarak verileri toplayan, analiz eden ve bütünleştiren araştırma olarak tanımlanır (Cresswell ve Plano Clark, 2020: 5). Bu yüksek lisans tez çalışmasında karma araştırma yönteminden biri olan Creswell ve Plano-Clark (2007) tarafından geliştirilen, gömülü desen kullanılmıştır. Gömülü desende, ulaşılan verilerde ön plandaki nicel verileri nitel veriler veya ön plandaki nitel verileri nicel veriler ile desteklemek söz konusu iken, aynı zamanda araştırmanın güvenilirliğinin de artmasına katkı sağlanabilmektedir (Creswell ve Plano-Clark, 2007). Bu çalışmada ağırlığı nicel veriler oluşturmakta olup, nitel veriler onu desteklemek amacıyla kullanılmıştır.

Bu çalışma kapsamında Sosyal Bilgiler dersi bağlamında ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeylerinin girişimcilik düzeyleriyle ilişkisini belirlenmek amacıyla araştırmanın nicel boyutunda, tarama modellerinden ilişkisel tarama araştırma modeli kullanılmıştır. İlişkisel tarama modeli, iki veya daha fazla değişken arasında birlikte değişim varlığını ve /veya derecesini belirlemeyi amaçlayan bir araştırma modelidir (Karasar, 2014:81). Nicel sonuçları desteklemek ve daha detaylı bilgi elde etmek amacıyla araştırmanın nitel boyutunda ise görüşme tekniklerinden biri olan yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme, çalışmada yanıtı aranılan soruları, alternatif cevaplamayı ve konu hakkında derinlemesine bilgileri içerir. Bu nedenle, bu tür görüşme tekniğinin avantaj ve dezavantajları vardır. Bu tekniğin, verilerin analizinde kolaylık, katılımcının kendini rahat ifade edebilmesi ve ayrıntılı bilgiye ulaşmak gibi avantajları ile katılımcının konu dışı bilgiler vermesi, görüşmecinin kontrolü sağlamasında sıkıntı

yaşatması gibi olumsuz tarafları da vardır (Büyüköztürk, Kılıç Çakmak, Akgün, Karadeniz, Demirel, 2019:159).

2. 2. Çalışma Grubu

Bu çalışmanın evreni 2020-2021 eğitim-öğretim yılında Doğu Karadeniz Bölgesi'nde yer alan Rize ili merkez ve ilçelerindeki Milli Eğitim Müdürlüğü'ne bağlı ortaokul 5., 6. ve 7. sınıf düzeyinde öğrenim gören öğrenciler oluşturmaktadır. Bu araştırmada nitel ve nicel veriler için iki çalışma grubu seçilmiştir. Araştırmanın veri toplama sürecinde yaşanan COVID-19 salgını nedeniyle öğrencilere ulaşmada yaşanan zorluklar nedeniyle Google Form anketi oluşturulmuş ve çevrimiçi uygulama yapılmıştır. Dolayısıyla ankete ulaşan ve gönüllü katılım gösteren öğrencilerden oluşmaktadır. Bu sebeple nicel çalışma grubunun oluşturulmasında, tüm öğrencilerin uygulamaya katılma fırsatları olan basit seçkisiz örnekleme yöntemi (Simple random sampling) kullanılmıştır. Tesadüfi örnekleminin seçilmesindeki amaç, evrendeki her bireyin örnekleme bulunma olasılığının bağımsız ve birbirine eşit olması durumudur (Karasar, 2014: 112).

Bu çalışmada Aydemir (2013)'in geliştirdiği 34 maddeli Ortaokul Medya Okuryazarlığı Düzey Belirleme Ölçeği ile Eroğlu ve vd (2020) tarafından geliştirilen 31 maddeli Ortaokul Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeği kullanılmıştır. Evren büyüklüğüne uygun örneklem sayısının belirlenmesi ile ilgili literatür taramasında farklı görüşlerin olduğu görülmektedir. Bu görüşlerden biri de örneklem büyüklüğü ölçekteki madde sayısı temel alınarak belirlenmeli ve örneklemin kaç kişiden oluşacağına karar verirken araştırmada kullanılan ölçeklerdeki madde sayısının minimum beş katı mümkünse de on katı örneklem çalışmaya dâhil edilmelidir (Bryman ve Cramer, 2001). Örneklem sayısını madde sayısının 5 katı kadar olmasının yeterli olabileceğini belirtmektedir (Büyüköztürk, Kılıç Çakmak, Akgün, Karadeniz, Demirel, 2019). Bu araştırmada madde sayısı dikkate alınarak örneklem büyüklüğü belirlenmiştir. Çalışmada kullanılan ölçeklerin biri 34 madde biri de 31 maddeden oluşmaktadır. Kullanılan ölçeklerin en çok madde sayısının 34 olduğu görülmektedir. Bu açıdan örneklemin madde sayısının 5 katı dikkate alındığında ise (34x5) 170 ya da on katı dikkate alındığında (34x10) 340 ya da üstünde olması gerekmektedir. Bu

çerçeve de yapılan araştırmada 700 gönüllü ortaokul öğrencisine ulaşılmış ve nicel verilerde örneklem büyüklüğü yeterliliği sağlanmıştır.

Araştırmanın ikinci aşamasında çalışmanın nitel çalışma grubu, nicel çalışma grubu içerisinde amaçlı örnekleme yöntemiyle ile seçilen 30 ortaokul öğrencisi oluşturmaktadır. Amaçlı örnekleme yönteminin seçilmesinin nedeni, araştırmanın amacına bağlı olarak bilgisel olarak derinlemesine incelenmesinin gerçekleşmesi veya bilgi açıdan zengin durumların oluşması için tercih edilmektedir (Büyüköztürk, Kılıç Çakmak, Akgün, Karadeniz, Demirel, 2019). Nicel ve nitel çalışma gruplarına ilişkin çeşitli demografik özelliklere aşağıda yer verilmiştir.

2.2. 1. Nicel Çalışma Grubuna İlişkin Demografik Özellikler

Araştırmanın nicel çalışma grubunu oluşturan öğrencilerin; cinsiyet, okul, anne ve baba eğitim durumu, gazete okuma sıklığı, internet kullanma sıklığı, televizyon izleme sıklığı, ailenin toplam aylık geliri, sınıf, anne mesleği, baba mesleği, kardeş sayısı, medyayı kullanma amacı değişkenlerine ilişkin demografik bilgilere aşağıda yer verilmiştir.

2.2.1.1 Cinsiyet

Araştırmanın çalışma grubunu oluşturan ortaokul öğrencilerin cinsiyet değişkenine göre dağılımı Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1. Katılımcıların cinsiyet değişkenine göre dağılımı

Cinsiyet	f	%
Kadın	395	56,4
Erkek	305	43,6
Toplam	700	100

Tablo 1’ incelendiğinde araştırmaya katılan öğrencilerin 395’i (%56.4) kadın, 305’i (%43.6) erkek olduğu gözlenmektedir.

2.2.1.2. Sınıf Düzeyi

Araştırmanın çalışma grubunu oluşturan ortaokul öğrencilerin öğrenim gördükleri sınıf düzeyi değişkenine göre dağılımı Tablo 2’de yer almaktadır.

Tablo 2. Katılımcıların sınıf düzeyi değişkenine göre dağılımı

Sınıf	f	%
5.sınıf	214	30,6
6.sınıf	234	33,4
7.sınıf	252	36,0
Toplam	700	100

Tablo 2’ e göre bakıldığında araştırmaya katılan ortaokul öğrencilerin 214’ü (%30.6) 5.sınıf, 234’ü (33.4) 6.sınıf, 252’si (%36.0) 7.sınıf düzeyindedir.

2.2.1.3. Okul

Araştırmanın çalışma grubunu oluşturan ortaokul öğrencilerin eğitim gördükleri okul değişkenine göre dağılımı Tablo 3’te yer almaktadır.

Tablo 3. Katılımcıların okul değişkenine göre dağılımı

Okul	f	%
1 Yamantürk Ortaokulu	55	7,9
2 Merkez Atatürk Ortaokulu	78	11,1
3 Hüseyin Rüştü Altunbaş Ortaokulu	68	9,7
4 Alparslan Ortaokulu	53	7,6
5 Işıklı 60. Yıl Ortaokulu	70	10,0
6 Yavuz Selim Ortaokulu	58	8,3
7 Boğaz Ortaokulu	74	10,6
8 Fatih Ortaokulu	70	10,0
9 Mehmet Akif Ersoy Ortaokulu	62	8,9
10 Çaykur ortaokulu	50	7,1
11 Reşadiye Zihni Derin Ortaokulu	62	8,9
Toplam:11	700	100

Tablo 3’e göre bakıldığında çalışmaya katılan ortaokul öğrencilerin öğrenim gördükleri okul değişkenine göre Yamantürk Ortaokulu 55’i (%7.9), Merkez Atatürk Ortaokulu 78’ i (%11.1), Hüseyin Rüştü Altunbaş Ortaokulu 68’i (%9.7), Alparslan Ortaokulu 53’ü (%7.6), Işıklı 60. Yıl Ortaokulu 70’i (%10,0), Yavuz Selim Ortaokulu 58’i(%8.3), Boğaz Ortaokulu 74’ü (%10.6), Fatih Ortaokulu 70’i (%10.0), Mehmet Akif Ersoy Ortaokulu 62’si (%8.9), Çaykur ortaokulu 50’si (%7.1), Reşadiye Zihni Derin Ortaokulu 62’si (%8.9), toplam 11 okuldaki, 700 öğrenci oluşturmaktadır.

2.2.1.4. Anne Eğitim Durumu

Araştırmanın çalışma grubunu oluşturan ortaokul öğrencilerin anne eğitim durumu değişkenine göre dağılımı Tablo 4’te yer almaktadır.

Tablo 4. Katılımcıların anne eğitim durumu değişkenine göre dağılımı

Anne Eğitim Durumu	f	%
İlkokul Mezunu	301	43,0
Ortaokul Mezunu	51	7,3
Lise Mezunu	225	32,1
Üniversite Mezunu	111	15,9
Lisansüstü	12	1,7
Toplam	700	100

Tablo 4’e göre araştırmaya katılan ortaokul öğrencilerinin anne eğitim durumu 301’i (%43.0) ilkokul mezunu, 51’i (%7. 3) ortaokul mezunu, 225’i (%32. 1) lise mezunu, 111’i (%15.9) üniversite mezunu, 12’si (%1.7) ise lisansüstü mezunu olduğu görülmektedir.

2.2.1.5. Baba Eğitim Durumu

Araştırmanın çalışma grubunu oluşturan ortaokul öğrencilerin baba eğitim durumu değişkenine göre dağılımı Tablo 5’te yer almaktadır.

Tablo 5. Katılımcıların baba eğitim durumu değişkenine göre dağılımı

Baba eğitim Durumu	f	%
İlkokul mezunu	180	25,7
Ortaokul mezun	139	19,9
Lise mezunu	218	31,1
Üniversite mezunu	140	20,0
Lisansüstü	23	3,3
Toplam	700	100

Tablo 19’göre araştırmaya katılan ortaokul öğrencilerinin baba eğitim durumu 180’ni (%25.7) ilkokul mezunu, 139’u (%19.9) ortaokul mezunu, 218’i (%31.1) lise mezunu, 140’ı (%20.0) üniversite mezunu, 23’si (%3.3) ise lisansüstü mezunu olduğu görülmektedir.

2.2.1.6. Anne Mesleği

Araştırmanın çalışma grubunu oluşturan ortaokul öğrencilerin Anne meslek değişkenine göre dağılımı Tablo 6’da yer almaktadır.

Tablo 6. Katılımcıların anne meslek türü değişkenine göre dağılımı

Anne mesleği	f	%
Memur	119	17,0
Esnaf	37	5,3
İşçi	22	3,1
Ev Hanımı	479	68,4
Serbest Meslek	11	1,6
Emekli	8	1,1
İşsiz	24	3,4
Toplam	700	100

Tablo 6'ya göre araştırmaya katılan ortaokul öğrencilerinin annelerinin mesleği 119'u (%17.0) memur, 37'si (%5.3) esnaf, 22 'si (%3.1) işçi, 479'u (%68.4) ev hanımı, 11'i (%1.6) serbest meslek, 8'i (%1.1) emekli, 24'ü (%3.4) ise işsiz olduğu görülmektedir.

2.2.1.7. Baba Mesleği

Araştırmanın çalışma grubunu oluşturan ortaokul öğrencilerin baba meslek değişkenine göre dağılımı Tablo 7'de yer almaktadır

Tablo 7. Katılımcıların baba meslek türü değişkenine göre dağılımı

Baba Mesleği	f	%
Memur	179	25,6
Esnaf	162	23,1
İşçi	166	23,7
Çiftçi	33	4,7
Serbest Meslek	108	15,4
Emekli	34	4,9
İşsiz	18	2,6
Toplam	700	100

Tablo 7'ye göre araştırmaya katılan ortaokul öğrencilerinin babalarının mesleği 179'u (%25.6) memur, 162'si (%23.1) esnaf, 166 'sı (%23.7) işçi, 33' ü (%4.7) çiftçi, 108'i (%15.4) serbest meslek, 34'ü (%4.9) emekli, 18'i (%2.6) ise işsiz olduğu görülmektedir.

2.2.1.8. Kardeş Sayısı

Araştırmanın çalışma grubunu oluşturan ortaokul öğrencilerin kardeş sayısı değişkenine göre dağılımı Tablo 8’de yer almaktadır.

Tablo 8. Katılımcıların kardeş sayısı değişkenine göre dağılımı

Kardeş Sayısı	f	%
1 kardeş	52	7,4
2 kardeş	134	19,1
3 kardeş	239	34,1
4 kardeş	174	24,9
5 kardeş	74	10,6
6 ve üstü kardeş	27	3,9
Toplam	700	100

Tablo 8’e göre araştırmaya katılan ortaokul öğrencilerinin kardeş sayıları 52’si (%7.4)1 kardeşe sahip, 134’ü (%19.1) 2 kardeşe sahip, 239’u(%34.1) 3 kardeşe sahip,174’ü (%24.9) 4 kardeşe sahip, 74’ü (%10.6) 5 kardeşe sahip, 27’si (%3.9) 6 ve üstü kardeşe sahip olduğu görülmektedir.

2.2.1.9. Gazete Okuma Sıklığı

Araştırmanın çalışma grubunu oluşturan ortaokul öğrencilerinin Gazete okuma sıklığı değişkenine göre dağılımı Tablo 9’da yer almaktadır.

Tablo 9. Katılımcıların gazete okuma sıklığı değişkenine göre dağılımı

Gazete Okuma Sıklığı	f	%
Hiç okumam	430	61,4
Her gün	26	3,7
Haftada 1	133	19,0
Ayda 1	70	10,0
Yılda 1	41	5,9
Toplam	700	100

Tablo 9’a göre araştırmaya katılan ortaokul öğrencilerinin Gazete okuma sıklığı 430’u (%61.4) hiç okumam, 26’sı (%3.7) her gün okurum, 133’ü (%19.0) haftada 1 okurum, 70’i (%10.0) ayda 1 okurum, 41’i (5.9) yılda 1 okurum şeklindedir.

2.2.1.10. İnternet Kullanma Sıklığı

Araştırmanın çalışma grubunu oluşturan ortaokul öğrencilerinin internet kullanma sıklığı değişkenine göre dağılımı Tablo 10’da yer almaktadır.

Tablo 10. Katılımcıların internet kullanma sıklığı değişkenine göre dağılımı

İnternet Kullanma Sıklığı	f	%
İnternet kullanmıyorum	17	2,4
Günde 0-2 saat	221	31,6
Günde 3-4 saat	219	31,3
Günde 5- 6 saat	125	17,9
Günde 6 saatten fazla	118	16,9
Toplam	700	100

Tablo 10'a göre araştırmaya katılan ortaokul öğrencilerinin internet kullanma sıklığı 17'si (%2,4) internet kullanmıyorum, 221'i(%31.6) günde 0-2 saat, 219'u(%31.3) günde 3-4 saat, 125'i (%17.9) günde 5- 6 saat, 118'i (%16.9) günde 6 saatten fazla kullanmaktadır.

2.2.1.11. Televizyon İzleme Sıklığı

Araştırmanın çalışma grubunu oluşturan ortaokul öğrencilerinin televizyon izleme sıklığı değişkenine göre dağılımı Tablo 11'de yer almaktadır

Tablo 11. Katılımcıların televizyon izleme sıklığı değişkenine göre dağılımı

Televizyon İzleme Sıklığı	f	%
Televizyon izlemiyorum	66	9,4
1 saat	188	26,9
2 saat	216	30,9
3 saat	139	19,4
4 saat	54	7,7
5 saat ve üzeri	40	5,7
Toplam	700	100

Tablo 11'e göre araştırmaya katılan ortaokul öğrencilerinin televizyon izleme sıklığı 66'sı(%9.4) televizyon izlemiyorum, 188'i(%26.9) 1 saat izliyorum, 216'sı(30.9) 2 saat izliyorum, 139'u(%19.4) 3 saat izliyorum, 54'ü(%7.7) 4 saat izliyorum, 40'ı(%5.7) ise 5 saat ve üzeri televizyon izlemektedir.

2.2.1.12. Ailenin Toplam Aylık Geliri

Araştırmanın çalışma grubunu oluşturan ortaokul öğrencilerinin ailenin toplam aylık değişkenine göre dağılımı Tablo 12'de yer almaktadır.

Tablo 12. Katılımcıların ailenin toplam aylık geliri değişkenine göre dağılımı

Ailenin Toplam Aylık Geliri	f	%
0- 5000 TL	501	71,6
5000-10000 TL	151	21,6
10.000 ve üstü	48	6,9
Toplam	700	100

Tablo 12'e göre araştırmaya katılan ortaokul öğrencilerinin ailenin toplam aylık geliri 501'i (%71,6) 0- 5000 TL arasında, 151'i (%21,6) 5000-10000 TL arasında, 48'i (%6,9) 10.000 TL ve üstü toplam aylık gelire sahip oldukları görülmektedir.

2.2.1.13. Medyayı Kullanma Amacı

Araştırmanın çalışma grubunu oluşturan ortaokul öğrencilerinin medyayı kullanma amacı değişkenine göre dağılımı Tablo 13'te yer almaktadır.

Tablo 13. Katılımcıların medyayı kullanma amacı değişkenine göre dağılımı

Medyayı Kullanma Amacı	f	%
Video izlemek	515	15,8
Oyun oynamak	411	12,6
Müzik dinlemek	373	11,5
Araştırma ve bilgi edinmek	480	14,8
Boş zaman değerlendirmek	318	9,8
Arkadaşlarımla iletişim kurmak	149	4,6
Tasarladığım ürünleri tanıtmak	88	2,7
Alışveriş	111	3,4
Uzaktan eğitim	681	20,9
Diğerleri	125	3,8
Toplam	3251	100

Tablo 13'e göre araştırmaya katılan ortaokul öğrencilerinin medyayı kullanma amacı olarak 515'i (%15,8) video izlemek, 411'i (%12,6) oyun oynamak, 373'ü (%11,5) müzik dinlemek, 480'i (%14,8) araştırma ve bilgi edinmek, 318'i (%9,8) boş zaman değerlendirmek, 149'u (%4,6) arkadaşlarımla iletişim kurmak, 88'i (%2,7) tasarladığım ürünleri tanıtmak, 111'i (%3,4) alışveriş yapmak, 681'i (%20,9) uzaktan eğitim, 125'i (%3,8) uzaktan eğitim amacıyla kullanmakta olduğu görülmektedir.

2.2.2. Nitel Çalışma Grubuna İlişkin Demografik Özellikler

Araştırmanın nitel çalışma grubu, nicel veri toplama araçlarına katılmış olan öğrenciler içerisinde gönüllülük esasına göre oluşturulmuştur. Araştırmanın yarı yapılandırılmış görüşme tekniğine katılan öğrencilerin cinsiyet ve sınıf değişkenlerine ilişkin verileri Tablo 14'te yer almaktadır.

Tablo 14. Görüşmeye katılan öğrencilere ilişkin bilgiler

Değişken		f
Cinsiyet:	Kadın	16
	Erkek	14
Sınıf:	5	10
	6	10
	7	10

Tablo 14'te göre görüşmeye katılan 30 ortaokul öğrencisinin cinsiyet değişkenine bakıldığında 16'sı kadın 14'ü erkektir. Görüşülen öğrencilerin sınıf değişkenine göre 10 kişi 5.sınıf düzeyinde, 10 kişi 6.sınıf düzeyinde ve 10 kişi de 7.sınıf düzeyinde olduğu görülmektedir.

2.3. Veri Toplama Araçları

Araştırmada, veri toplama araçları olarak: “Kişisel Bilgi Formu”, “Ortaokul öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeği”, “Ortaokul Medya Okuryazarlığı Düzey Belirleme Ölçeği ” ve “Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu” kullanılmıştır.

2.3.1. Kişisel Bilgi Formu

Ortaokul öğrencilerin demografik özellikleri hakkında bilgi toplamak amacıyla 13 sorudan oluşan “Kişisel Bilgi Formu” kullanılmıştır. Araştırmanın amacına uygun olarak araştırmacı tarafından uzman görüşü alınarak hazırlanan; cinsiyet, sınıf, okul, anne ve baba eğitim durumu, anne ve baba mesleği, kardeş sayısı, gazete okuma sıklığı, internet kullanma sıklığı, televizyon izleme sıklığı, ailenin toplam geliri, medya kullanım amacı ile ilgili demografik bilgilerden oluşan sorular yer almaktadır.

2.3.2. Ortaokul Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeği

Bu araştırmada, Sosyal Bilgiler dersi bağlamında ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeylerinin girişimcilik düzeyleriyle ilişkisini belirlemek amacıyla literatür incelenmiş ve tez danışmanın yanı sıra ikinci bir uzmanın görüşü alınarak Eroğlu vd.,(2020) tarafından geliştirilen “ortaokul öğrencilerine yönelik girişimcilik ölçeği”nin (EK-5) kullanılmasına karar verilmiştir. Bu araştırmada kullanmak için Deveci 'den gerekli izinler alınarak (Ek-2) araştırmada veri toplama aracı olarak kullanılmıştır. Ortaokul öğrencilerine yönelik girişimcilik ölçeği, 4'lü Likert tipinde “kesinlikle katılmıyorum=a; katılmıyorum=b; katılıyorum=c; kesinlikle katılıyorum=d” şeklindedir. Ölçek 31 madde ve 3.alt boyuttan (1:Özfarkındalık;2:Risk alma; 3:Fırsatları değerlendirme) oluşmaktadır. Ortaokul öğrencilerine yönelik girişimcilik ölçeği'nde ölçülmesi amaçlanan 1.alt boyut (özfarkındalık) 13 madde, 2.alt boyut (Risk alma) 11 madde, 3.alt boyut (Fırsatları değerlendirme) 7 maddeden oluşmaktadır.

Eroğlu vd., (2020) tarafından yapılan ölçeğin faktör analizi sonucunda; açımlayıcı faktör analizine 350, doğrulayıcı faktör analizine ise 230 beşinci sınıf öğrencisi katılmıştır. Açımlayıcı faktör analizinde öğrencilerin ölçeğin 31 maddesine verdikleri cevaplardan elde edilen iç tutarlılık katsayısı $\alpha=0,90$ olarak belirlenmiştir. Ölçeği oluşturan alt boyutları “özfarkındalık” için iç tutarlılık katsayısı.88 ; “risk alma” için iç tutarlılık katsayısı .88; “fırsatları değerlendirme” boyutunun iç tutarlılık katsayısı ise .76'dır. Açımlayıcı faktör analizi ile geliştirilen 31 maddeli ve üç alt boyutlu ölçeğin doğrulanıp doğrulanmadığını test etmek için doğrulayıcı faktör Analizi yapılmıştır. Bu analiz sonucunda elde edilen veriler; özfarkındalık boyutu.32 ile.53;risk alma boyutu.55 ile 70;fırsatları değerlendirme boyutu ise.43 ile .58 arasındadır (Eroğlu ve vd., 2020).

2.3.3.Ortaokul Medya Okuryazarlığı Düzey Belirleme Ölçeği

Araştırmada Aydemir (2013) tarafından geliştirilen “Ortaokul Medya Okuryazarlığı Düzey Belirleme ölçeği” kullanılmıştır. Ölçek 5'li likert tipinde,1=Bana hiç uymuyor, 2=Bana çok az uyuyor, 3=Bana oldukça uyuyor, 4=Bana çok uyuyor, 5=Bana tamamen uyuyor şeklinde kodlanmıştır. Ölçekten elde edilen puanların en düşüğü '1.00' ve en yükseği '5.00' olacak şeklinde belirlenmiştir. Katılımcıların

ölçekten aldığı puanlara karşılık gelen düzeyler şu şekilde; 1.00-1.80=Çok düşük düzeyde, 1.80-2.60=Düşük düzeyde, 2.61-3.40=Orta düzeyde, 3.41-4.20=İyi düzeyde, 4.21-5.00=Çok iyi düzeydedir.

Tablo 15. Ölçeğin madde ve faktörlerine ilişkin bilgiler

Faktörler	Maddeler
1.Anlama, analiz etme ve değerlendirme	1-16
2.Medyayı bilinçli kullanma	17-23
3.Bilgiyi doğru medya kaynaklarında arama	24-31
4.Kendi mesajlarını oluşturma	32-34
Ters Maddeler	17, 18, 19, 20, 21, 22, 23

Aydemir (2013) tarafından geliştirilen ölçeğin, pilot uygulamasında 651 ortaokul öğrencilerine uygulanarak ölçeğin geçerlilik ve güvenirlik analizi yapılmıştır. Yapılan açımlayıcı faktör analizi sonucunda 34 maddenin faktör yükleri .401 ile .817 arasında değiştiği tespit edilmiştir. Ölçeğin faktörlerine ilişkin yapılan Cronbach Alpha katsayıları;1=Anlama, analiz etme ve değerlendirme $\alpha=.92$,2=Medyayı bilinçli kullanma $\alpha=.85$,3=Bilgiyi doğru medya kaynaklarında arama $\alpha=.86$,4=Kendi mesajlarını oluşturma $\alpha=.79$ şeklindedir. Cronbach Alpha toplam iç tutarlık katsayısı faktörlerde -.79 ile .92 arasında değerler alırken ölçeğin geneli için .91 olduğu tespit edilmiştir (Aydemir, 2013).

2.3.4.Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu

Bu çalışmada Sosyal Bilgiler dersi bağlamında ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeylerinin girişimcilik düzeyleriyle ilişkisini belirlemek amacıyla görüşme türlerinde biri olan yarı yapılandırılmış görüşme yapılmıştır. Görüşme, araştırmada cevabı aranılan sorular çerçevesinde ilgili kişilerden veri toplama şeklidir (Büyüköztürk, 2019:158). Yarı yapılandırılmış görüşme konunun gidişine göre görüşme formundaki sorulardan bağımsız soruların sorulabildiği bir tekniktir. Bu teknik, katılımcılara kendilerini ifade etme ve konu hakkında detaylı bilgi verme gibi avantajlar sunmaktadır (Büyüköztürk, 2019:159).

Ortaokul öğrencileriyle gerçekleşen görüşmelerde medya okuryazarlığı ve girişimcilik kavramlarına ilişkin öğrenci görüşleri neler olduğu, medya okuryazarlığı

ile girişimcilik arasındaki ilişki, medya okuryazarı ile girişimci olan bireyin sahip olması gereken özelliklerin neler olduğu, medyada gördükleri öğrencileri yeni fikir üretmeye yönlendiriyor mu şeklinde 6 soru sorulmuştur (Ek- 4).

Görüşme soruları, çalışmanın amacına uygun ve anlaşılır bir dille hazırlanmıştır. Soruların hazırlama sürecinde konuyla ilgili literatür taranarak 27 maddeden oluşan soru havuzu oluşturmuştur. Soru havuzundaki sorular uzman görüşü alınarak 6 soruya indirilmiştir. Görüşme sorularının uygunluğu danışman ve Sosyal Bilgiler alanından 3, Türkçe alanından 1 uzmanın ve ortaokulda görev yapmakta olan 2 Sosyal Bilgiler öğretmenin görüşleri alınarak soruların geçerlilik ve güvenilirliği sağlanarak hazırlanmıştır. Görüşmeye katılan öğrencilerin gönüllü katılmaları göz önünde bulundurulmuştur.

2.4. Araştırmanın Veri Toplama Araçlarının Güvenirlik Analizi

Bu araştırmada kullanılan “Ortaokul Medya Okuryazarlığı Düzey Belirleme Ölçeği” ve “Ortaokul Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeği” Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayıları bu çalışma kapsamında hesaplanarak güvenirlik analizleri yapılmıştır.

2.4.1. Ortaokul Medya Okuryazarlığı Düzey Belirleme Ölçeğinin Güvenirlik Analizi

Ortaokul Medya Okuryazarlığı Düzey Belirleme Ölçeğinin güvenirliliğinin belirlemek için ölçeğin dört alt boyutu olan anlama, analiz etme ve değerlendirme, medyayı bilinçli kullanma, bilgiyi doğru medya kaynaklarında arama, kendi mesajlarını oluşturma boyutlarının ve toplamının güvenirlik katsayıları bu çalışma kapsamında hesaplanmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 16’da sunulmuştur.

Tablo 16. Ortaokul medya okuryazarlığı düzey belirleme ölçeğinin toplamına ve alt boyutlarına ilişkin hesaplanan Cronbach Alpha güvenirlik katsayıları

Ortaokul Medya Okuryazarlığı Düzey Belirleme Ölçeği	Madde sayısı	Cronbach Alpha
Anlama, analiz etme ve değerlendirme	16	0.94
Medyayı bilinçli kullanma	7	0.76
Bilgiyi doğru medya kaynaklarında arama	8	0.89
Kendi mesajlarını oluşturma	3	0.84
Toplam	34	0.93

Tablo 16 incelendiğinde, ortaokul medya okuryazarlığı düzey belirleme ölçeğinin alt boyutlarına ve toplamına ilişkin Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayıları olduğu görülmektedir. Ölçeğin güvenirliği 0.93 olarak bulunmuştur. Ayrıca ölçeğin alt boyutları ile Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayıları; anlama, analiz etme ve değerlendirme alt boyutu 0.94, medyayı bilinçli kullanma alt boyutu 0.76, bilgiyi doğru medya kaynaklarında arama alt boyutu 0.89, kendi mesajlarını oluşturma alt boyutu 0.84 olarak tespit edilmiştir. Analiz sonucunda ölçekten elde edilen verilerin 0.76 ile 0.94 arasında olduğu görülmektedir. Bu nedenle medya okuryazarlığı düzey belirleme ölçeğinin toplamı ve alt boyutlarını güvenirlik katsayısının yüksek düzeyde olduğu kabul edilmektedir. Çünkü Cronbach alfa değerinin 0.70 ve üzerinde olması ölçek güvenirliği için yeterli kabul edilmektedir (Büyüköztürk, 2019:183).

2.4.2. Ortaokul Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeğinin Güvenirlik Analizi

Ortaokul Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik ölçeğinin güvenirliğinin belirlemek için ölçeğin üç alt boyutu olan, özfarkındalık, risk alma boyutu, fırsatları değerlendirme boyutlarının ve toplamının güvenirlik katsayıları bu çalışma kapsamında hesaplanmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 17’de sunulmuştur.

Tablo 17. Ortaokul öğrencilerine yönelik girişimcilik ölçeğinin toplamına ve alt boyutlarına ait hesaplanan Cronbach Alpha güvenirlik katsayıları

Ortaokul Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeği	Madde sayısı	Cronbach Alpha
Özfarkındalık	13	0.90
Risk Alma	7	0.88
Fırsatları Değerlendirme	11	0.86
Toplam	31	0.94

Tablo 17 incelendiğinde ortaokul öğrencilerine yönelik girişimcilik ölçeğinin alt boyutlarına ve toplamına ilişkin Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayıları olduğu görülmektedir. Ölçeğin güvenirliği 0.94 olarak bulunmuştur. Ayrıca ölçeğin alt boyutları ve Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayıları; öz farkındalık alt boyutu 0.90, risk alma alt boyutu 0.88, fırsatları değerlendirme alt boyutu 0.86 olarak hesaplanmıştır. Analiz sonucunda ölçekten elde edilen verilerin 0.86 ile 0.90 arasında olduğu görülmektedir. Bu nedenle ortaokul öğrencilerine yönelik girişimcilik ölçeğinin toplamı ve alt boyutlarını güvenirlik katsayısının yüksek düzeyde olduğu sonucunu göstermektedir.

2.5. Verilerin Toplanması

Araştırmanın verilerini toplamak için öncelikle ölçekleri geliştiren uzmanlardan bu çalışmada kullanmak için gerekli izinler alınmıştır. Daha sonra veri toplamak için Rize Milli Eğitimi Müdürlüğünden gerekli izinler alınmıştır. Araştırmanın başında veri toplama işi yüz yüze yapılması planlanmıştır. Ancak dünya genelinde ve Türkiye'de patlak veren Covid-19 salgını nedeniyle okulların uzaktan eğitim şeklinde eğitim-öğretim faaliyetlerini yürütmesinden dolayı veri toplamanın yüz yüze yapılamayacağına karar verilmiştir. Bu nedenle veri toplama amacıyla Google form oluşturularak katılımcılara ulaştırılmıştır. 2020-2021 Eğitim-Öğretim yılının 1. ve 2. döneminde okul yöneticileri ile görüşülerek anket linki paylaşarak öğrencilere ulaşılması sağlanmıştır. Araştırma formunda uygulama ile ilgili gerekli açıklamalar yapılmış ve araştırmaya katılımda gönüllülük esas alınmıştır. Öğrencilerin uygun oldukları zamanda rahat bir şekilde doldurmaları böylece eğitim öğretimleri aksatmamaları göz önünde bulundurulmuştur. Rize Merkez'de 5, Çayeli ilçesinde 3 ve Ardeşen ilçesinde 3 olmak üzere toplam 11 farklı ortaokuldan 700 öğrenciye ulaştırılmıştır.

Araştırmanın nitel verileri, 5. 6. ve 7 sınıflarda eğitim gören öğrencilerle yüz yüze görüşme yapmak imkânı olmadığından çevrim içi uzaktan görüşme ve görüşme sorularını yazılı olarak yanıtlamaları şeklinde iki durum planlanmıştır. Katılımcıların uzaktan görüşmenin kayıt altına almasından rahatsız olacakları ifade ettiklerinden dolayı görüşme anketi yazılı şeklinde hazırlanarak katılımcıların görüşme anketini yazılı doldurması ile veri toplanmıştır. Nitel boyutta toplanan verileri için amaçlı örnekleme ile nicel araştırmaya katılan katılımcılar arasından seçilerek uygulama

yapılmıştır. Görüşme nicel veri anketine katılan 11 ortaokulunda gönüllülük esasına dayalı olarak her sınıf seviyesinde 10 kişi katılarak toplam 30 öğrenci ile gerçekleştirilmiştir.

2.6.Verilerin Analizi

Araştırmanın verileri nicel ve nitel iki boyutta toplanmış olup verilerin analizi araştırmanın amacına uygun tekniklerle çözümlenmiştir.

2.6.1.Nicel Verinin Analizi

Araştırmada öğrencilere uygulanan Kişisel Bilgi Formu, Ortaokul Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeği ve Ortaokul Medya Okuryazarlığı Düzey Belirleme Ölçeğinin uygulanması ile elde edilen veriler dijital ortamda düzenlenerek SPSS (Statistical Package For Social Sciences) istatistiksel analiz programı kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırmanın örnekleminin özellikleri, kişisel bilgi formu kullanılarak toplanan değişkenlerin yüzde ve frekans değerlerinin hesaplanması sonucunda elde edilmiştir. Araştırmada hangi analizin yapılacağına karar vermeden önce verilerin normallik gösterip göstermediği durumlar için çarpıklık ve basıklık değerlerine bakılmıştır. Ortaokul medya okuryazarlığı düzey belirleme ölçeğine ilişkin çarpıklık ve basıklık katsayı değerleri 0.11 ve -0.47; ortaokul öğrencilerine yönelik girişimcilik ölçeğine ilişkin çarpıklık ve basıklık katsayı değerleri -0.34 ile 0.96 arasında olduğu görülmüştür. Bu sonuç çarpıklık ve basıklık değerlerinin -1 ile +1 arasında olduğunu göstermektedir. Bu çarpıklık ve basıklık değerleri verilerin normal dağılım gösterdiği sonucuna varılmıştır. Kullanılan ölçeklerin normallik sonucuna göre araştırmada parametrik ya da non parametrik testlerin yapılacağına karar verilmiştir. Öğrencilerin medya okuryazarlığı ve girişimcilik düzeyleri belirlemek için ortalama ve standart sapma değerleri hesaplanmıştır. Cinsiyet değişkenine göre düzeylerinin farklılık gösterip göstermediğine bakmak için parametrik bir test olan t-testi yapılmıştır. Sınıf düzeyi, anne ve baba eğitim durumu, gazete okuma sıklığı, internet kullanma sıklığı, televizyon kullanma sıklığı, ailenin toplam aylık geliri değişkenlerine göre farklılık gösterip göstermediğine bakmak için parametrik bir test olan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ve non parametrik testlerden Kruskal Wallis-H Testi yapılmıştır. Buna ek olarak medya okuryazarlığı ile girişimcilik arasındaki

ilişkinin belirlemesi için korelasyon analizi yapılmıştır. Medya okuryazarlığının girişimcilik üzerindeki etkisini ortaya çıkarmak içinde basit regresyon analizi yapılmıştır.

2.6.2.Nitel Verilerin Analizi

Ortaokul öğrencilerin medya okuryazarlık düzeylerinin girişimcilik düzeyleriyle arasındaki ilişkiyi detaylı olarak ortaya çıkarmak için bu tez çalışmasında nicel yaklaşım yanında nitel yaklaşımdan da faydalanılmıştır. Çalışmanın nitel boyutunda “Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu” aracılığıyla elde edilen veriler içerik analiz tekniği uygulanarak çözümlenmiştir. Aynı zamanda analizde örnek öğrenci ifadeleri kullanılarak içerik analizi tekniği ile sunulmuştur. İçerik analizi, görüşme sonucunda elde edilen verilerden temalar oluşturularak uygulanmıştır. İçerik analizinde amaç, benzer verileri belirli bir kavram veya tema çerçevesinde toplamak ve okuyucunun anlayabileceği şekilde yorumlamaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2018:242).

Bu çalışma sonucunda görüşme sorularından elde edilen veriler tema, alt temalar, katılımcı kod, frekans şeklinde kodlanarak analiz edilmiş ve tablolaştırılmıştır. Elde edilen bulgular tablolar halinde sunulduktan sonra doğrudan örnek öğrenci görüşlerine yer verilmiştir. Alt temaların güvenilirliği için araştırmacı ve uzman ayrı ayrı kodlama yaparak karşılaştırılmıştır. Bu kapsamda oluşturulan alt temaların güvenilirliği için literatürde Miles ve Hubermanın (1994) belirledikleri, $Güvenirlilik = \frac{Görüş\ Birliği}{(Görüş\ Birliği + Görüş\ Ayrılığı)} \times 100$ şeklindeki formülü uygulanmıştır. Bu kapsamda bu çalışmanın güvenilirliği % 90 olarak hesaplanmıştır. Miles ve Huberman güvenirliliğin %70 ve üzeri olmasını yeterli olduğunu ifade etmişlerdir (Miles ve Huberman,1994).

3.BULGULAR

Bu bölümde araştırmanın genel ve alt problemlerinden elde edilen verilerin sonuçları kullanılarak oluşturulan bulgular ve yorumlarına ilişkin tablolar yer almaktadır. Bulgular nicel ve nitel bulgular olmak üzere iki başlık altında incelenmiştir.

3.1. Araştırmanın Nicel Bulguları

3.1.1. Nicel Verilerin Normallik Testi Sonuçlarına İlişkin Bulgular

Bu araştırmanın nicel verilerini elde etmek amacıyla kullanılan ortaokul medya okuryazarlığı düzey belirleme ölçeği ve ortaokul öğrencilerine yönelik girişimcilik ölçeği olan ölçme araçlarına ortaokul öğrencilerinin verdikleri yanıtların normal dağılıp dağılmadığını belirlemek için yapılan normallik testinin sonuçları tablo 18’de yer verilmiştir.

Tablo 18. Ölçme Araçlarına İlişkin Normallik Testi Sonuçları

Ölçekler	Çarpıklık	Basıklık
Medya Okuryazarlığı	0.110	-0.479
Girişimcilik	-0.340	0.962

Tablo 18 incelendiğinde ortaokul medya okuryazarlığı düzey belirleme ölçeğine ilişkin çarpıklık ve basıklık katsayı değerleri 0.11 ve -0.47; ortaokul öğrencilerine yönelik girişimcilik ölçeğine ilişkin çarpıklık ve basıklık katsayı değerleri -0.34 ile 0.96 arasında olduğu görülmüştür. Bu sonuçlar -1 ile 1 arasında çarpıklık ve basıklık değerlerini göstermektedir. Bu değerlere dayanarak dağılımın normallliğini varsayabiliriz. Tabachnik ve Fidell (2013) göre çarpıklık ve basıklık değerlerinin -1,50 ile 1,50 arasında olması normal dağılım olarak kabul etmektedirler. Can (2019) göre çarpıklık ve basıklık değerlerinin -1.96 ile +1.96 arasındaki değerleri normal dağılım kabul edildiğini belirtmektedir. Genel bir kural olarak Morgan ve vd. (2004) çarpıklık ve basıklık katsayılarının -1 ile 1 arasındaki değerleri normal dağılımın ölçüsü olarak kabul etmektedir.

3.1.2. Sosyal Bilgiler Dersi Bağlamında Ortaokul Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Düzeylerine İlişkin Bulgular

Sosyal Bilgiler dersi bağlamında ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeylerinin cinsiyete, sınıf düzeyine, anne eğitim durumu, baba eğitim durumu, gazete okuma sıklığı, internet kullanma sıklığı, televizyon izleme sıklığı ve ailenin toplam aylık geliri değişkenlerine göre istatistiksel açıdan farklılaşıp farklılaşmadığı incelenmiş ve analiz sonuçları aşağıda sunulmuştur.

3.1.3. Sosyal Bilgiler Dersi Bağlamında Ortaokul Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Düzeyleri Boyut Bazında Değerlendirmesine İlişkin Bulgular

Tablo 19. Ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeylerinin boyut bazında değerlendirilmesi

Medya Okuryazarlığı	N	$\bar{X}$	SS
Anlama, analiz etme ve değerlendirme	700	2.83	0.94
Medyayı bilinçli kullanma	700	3.94	0.81
Bilgiyi doğru medya kaynaklarında arama	700	3.55	0.98
Kendi mesajlarını oluşturma	700	2.93	1.16
Medya Okuryazarlığı Toplam	700	3.31	0.69

Tablo 19 incelendiğinde, ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlığı ölçeğinden aldığı puanlara karşılık gelen düzeyler şu şekilde; 1.00-1.80=Çok düşük düzeyde, 1.80-2.60=Düşük düzeyde, 2.61-3.40=Orta düzeyde, 3.41-4.20=İyi düzeyde, 4.21-5.00=Çok iyi düzey olarak belirlenmiştir (Aydemir, 2013). Öğrencilerin toplam ölçekten ve alt boyutlarından aldıkları puanlara bakıldığında; anlama, analiz etme ve değerlendirme boyutunda aldıkları puanlar ($\bar{x}$ = 2.83), anlama, analiz etme ve değerlendirme düzeylerinin orta düzeyde olduğu görülmektedir. Medyayı bilinçli kullanma boyutunda aldıkları puanlar ($\bar{x}$ =3.94), medyayı bilinçli kullanma düzeylerinin iyi düzeyde olduğu görülmektedir. Bilgiyi doğru medya kaynaklarında arama boyutunda aldıkları puanlar ($\bar{x}$ = 3.55), bilgiyi doğru medya kaynaklarında arama düzeylerinin iyi düzeyde olduklarını göstermektedir. Kendi mesajlarını oluşturma boyutunda aldıkları puanlar ($\bar{x}$ =2.93), kendi mesajlarını oluşturma düzeylerinin orta düzeyde olduğu söylenebilir. Öğrencilerinin medyayı bilinçli

kullanma boyutunu en yüksek anlama, analiz etme ve değerlendirme boyutu en düşük düzeyde olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılan 700 öğrencinin ölçeğin toplamından aldıkları puanlara bakıldığında ($\bar{x} = 3.31$), bu bulgu medya okuryazarlık düzeylerinin orta olduğunu göstermektedir.

3.1.4.Sosyal Bilgiler Dersi Bağlamında Ortaokul Öğrencilerinin Cinsiyet Değişkenine Göre Medya Okuryazarlık Düzeylerine İlişkin Bulgular

“Sosyal Bilgiler dersi bağlamında ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeyleri cinsiyetlerine göre farklılık göstermekte midir?” sorusunun yanıtını bulmak için ortaokul medya okuryazarlığı düzey belirleme ölçeğinden elde edilen verilerin normallik ve homojenlik durumuna bakılmıştır. Veriler, normal dağılım gösterdiği için t-testi yapılmıştır. Analiz sonucunda elde edilen sonuçlar tablo 20’de gösterilmiştir.

Tablo 20. Ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlığı düzeylerinin cinsiyetlerine göre farklılık gösterip göstermediğine ilişkin T-testi sonuçları

		N, $\bar{X}$ ve SS Değerleri			Levene Testi		t-Testi		
	Cinsiyet	N	$\bar{X}$	SS	F	P	T	SD	P
Medya Okuryazarlığı	Kadın	395	3.40	0.69	3.696	.055	4.37	697	.000
	Erkek	305	3.18	0.64					

Tablo 20’ye göre ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeyleri, cinsiyet değişkeni bakımından farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için yapılan t-Testi sonuçlarına göre; [$t_{\{697\}}=4.37$; $p<.00$.] istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık göstermektedir. Anlamlı fark incelendiğinde, kadın ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeyleri ($\bar{X} =3.40$), erkek ortaokul öğrencilere ($\bar{X} =3.18$) göre daha yüksek olduğunu göstermektedir.

3.1.5. Sosyal Bilgiler Dersi Bağlamında Ortaokul Öğrencilerinin Sınıf Düzeyi Değişkenine Göre Medya Okuryazarlık Düzeylerine İlişkin Bulgular

“Sosyal Bilgiler dersi bağlamında ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeyleri sınıf düzeyi değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?” bu

sorunun yanıtı için ortaokul medya okuryazarlığı düzey belirleme ölçeğinden elde edilen verilerin homojenlik ve normallik dağılımına bakılmıştır. Elde edilen verilerin normallik koşullunu sağlaması sonucu tek yönlü varyans analizi (ANOVA) Kullanılmıştır ve elde edilen sonuçlar tablo 21’de sunulmuştur.



Tablo 21. Ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlığı düzeylerinin sınıf değişkenine göre değişimini gösteren ANOVA analiz sonuçları

	Sınıf	N	$\bar{X}$	SS	<u>Homojenlik Testi</u>		Varyansın kaynağı	Kareler Toplamı	SD	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Fark
					<u>Levene</u>								
					F	p							
Medya Okuryazarlığı	5.Sınıf (1)	214	3.32	0.71	.828	.437	Gruplar Arası	0.610	2	0.31	0.65	.052	-
	6.Sınıf (2)	234	3.34	0.67			Gruplar İçi	327.189	696	0.47			
	7.sınıf (3)	252	3.27	0.69			Toplam	327.799	698				

*p<0.05

Tablo 21’de verilen ANOVA analizi sonuçlarına bakıldığında; ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeyleri sınıf değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır [$F_{\{.648\}}=0.52;p>0.05$].

3.1.6.Sosyal Bilgiler Dersi Bağlamında Ortaokul Öğrencilerinin Anne Eğitim Durumu Değişkenine Göre Medya Okuryazarlık Düzeylerine İlişkin Bulgular

“Sosyal Bilgiler dersi bağlamında ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeyleri anne eğitim durumu değişkenine göre anlamlı farklılık göstermekte midir?” bu sorunun yanıtını bulmak amacıyla tek yönlü varyans analizi (ANOVA) Kullanılmıştır ve elde edilen sonuçlar tablo 22’de sunulmuştur.

Tablo 22. Ortaokul öğrencilerinin anne eğitim durumu değişkenine göre medya okuryazarlık düzeylerine ilişkin ANOVA analiz sonuçları

Anne Eğitim Durumu		<u>Homojenlik Testi Levene</u>					Varyansın kaynağı	Kareler Toplamı	SD	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Fark
		N	$\bar{X}$	SS	F	p							
Medya Okuryazarlığı	İlkokul Mezunu (1)	301	3.14	0.63	1.402	.232	Gruplar Arası	21.495	4	5.37	12.175	.000	2>1
	Ortaokul Mezunu (2)	51	3.35	0.76			Gruplar İçi	306.304	694	0.44			3>1
	Lise Mezunu (3)	225	3.37	0.67			Toplam	327.799	698				4>1 4>3 5>1 5>2 5>3
	Üniversite Mezunu (4)	111	3.56	0.69									
	Lisansüstü(5)	12	3.95	0.55									

*p<0.05

Tablo 22 incelendiğinde ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeyleri anne eğitim durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir [$F_{(12,175)}=0.000; P<0.05$]. Ortaya çıkan bu anlamlı farklılığın hangi eğitim düzeyinden kaynaklandığını tespit etmek amacıyla çoklu karşılaştırma testi post- Hoc testlerinden LSD analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda; ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlığı düzeyleri anne eğitim düzeyi ortaokul ile ilkokul arasında, lise ile ilkokul arasında, üniversite ile ilkokul ve lise arasında lisansüstü ile ilkokul, ortaokul ve lise arasında anlamlı bir farklılık vardır. Bu sonuca göre annenin eğitim düzeyi yükseldikçe öğrencilerin medya okuryazarlık düzeyleri de değişmekte ve daha yüksek çıktığı tespit edilmiştir.

3.1.7. Sosyal Bilgiler Dersi Bağlamında Ortaokul Öğrencilerinin Baba Eğitim Durumu Değişkenine Göre Medya Okuryazarlık Düzeylerine İlişkin Bulgular

“Sosyal Bilgiler dersi bağlamında ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeyleri baba eğitim durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?” bu sorunun yanıtını bulmak amacıyla tek yönlü varyans analizi (ANOVA) Kullanılmıştır ve elde edilen sonuçlar tablo 23’te sunulmuştur.

Tablo 23. Ortaokul öğrencilerinin baba eğitim durumu değişkenine göre medya okuryazarlık düzeylerine ilişkin ANOVA analiz sonuçları

	Baba Eğitim Durumu	N	$\bar{X}$	SS	Homojenlik Testi Levene		Varyansın kaynağı	Kareler Toplamı	SD	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Fark	
					F	p								
Medya Okuryazarlığı	İlkokul Mezunu (1)	180	3.12	0.66	.540	.706	Gruplar Arası	13.066	4	3.27	7.203	.000	3>1	
	Ortaokul Mezunu (2)	139	3.27	0.71			Gruplar İçi	314.733	694	0.45				4>1,2,3 5>1,2
	Lise Mezunu (3)	218	3.33	0.66			Toplam	327.799	698	.				
	Üniversite Mezunu (4)	140	3.49	0.68										
	Lisansüstü (5)	23	3.58	0.55										

*p<0.05

Tablo 23 incelendiğinde; ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeyleri baba eğitim durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir [$F_{(7.203)} = 0.000; P < 0.05$]. Tespit edilen bu anlamlı farklılığın hangi eğitim düzeyinden kaynaklandığını belirlemek amacıyla çoklu karşılaştırma testi post- Hoc testlerinden LSD analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda; öğrencilerinin medya okuryazarlığı düzeyleri baba eğitim düzeyi lise ile ilkokul arasında anlamlı bir farklılık olduğu yine üniversite ile ilkokul, ortaokul ve lise arasında anlamlı bir farklılık olduğu, lisansüstü ile ilkokul, ortaokul arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Bu sonuca göre babaların eğitim düzeyi yükseldikçe öğrencilerin medya okuryazarlığı düzeyleri daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

3.1.8. Sosyal Bilgiler Dersi Bağlamında Ortaokul Öğrencilerinin Gazete Okuma Sıklığı Değişkenine Göre Medya Okuryazarlık Düzeylerine İlişkin Bulgular

“Sosyal Bilgiler dersi bağlamında ortaokul öğrencilerinin medya Okuryazarlık gazete okuma sıklığı değişkenine göre anlamlı farklılık göstermekte midir?” bu sorunun yanıtını bulmak amacıyla tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılmış ve elde edilen sonuçlar tablo 24’te sunulmuştur.

Tablo 24. Ortaokul öğrencilerinin gazete okuma sıklığı değişkenine göre medya okuryazarlık düzeylerine ilişkin ANOVA analiz sonuçları

	Gazete Okuma Sıklığı	N	$\bar{X}$	SS	<u>Homojenlik Testi Levene</u>		Varyansın kaynağı	Kareler Toplamı	SD	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Fark
Medya okuryazarlığı	Hiç okumam (1)	430	3.20	0.69	1.183	.317	Gruplar Arası	15.771	4	3.95	8.769	.000	2>1,3,4,5
	Her gün (2)	26	3.79	0.74			Gruplar İçi	312.028	694	0.45			3>1 4>1
	Haftada 1 (3)	133	3.47	0.61			Toplam	327.799	698				
	Ayda 1 (4)	70	3.47	0.65									
	Yılda 1 (5)	41	3.34	0.63									

*p<0.05

Tablo 24'teki ANOVA analiz sonuçları incelendiğinde ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlığı düzeyleri gazete okuma sıklığı değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir [$F_{(8.769)} = 0.000; P < 0.05$]. Elde edilen bu anlamlı farklılığın hangi gazete okuma sıklığından kaynaklandığını belirlemek amacıyla çoklu karşılaştırma testi post-Hoc testlerinden LSD analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda; öğrencilerinin medya okuryazarlığı düzeyleri her gün gazete okuyan ile hiç okumayan, haftada bir okuyan, ayda bir okuyan ve yılda bir okuyan arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Ayrıca haftada bir okuyan ile hiç okumayan arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Bu sonucu göre her gün gazete okuyan öğrencinin medya okuryazarlığı düzeyi daha yüksek olduğu söylenebilir.

3.1.9. Sosyal Bilgiler Dersi Bağlamında Ortaokul Öğrencilerinin İnternet Kullanma Sıklığı Değişkenine Göre Medya Okuryazarlık Düzeylerine İlişkin Bulgular

“Sosyal Bilgiler dersi bağlamında ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeyleri internet kullanma sıklığı değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?” bu sorunun yanıtını bulmak amacıyla normallik ve homojenlik Levene testi yapılmış ve analiz sonucunda veriler homojen olmadığı için non parametrik testlerden Kruskal Wallis-H Testi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar tablo 25'te sunulmuştur.

Tablo 25. Ortaokul öğrencilerinin internet kullanma sıklığı değişkenine göre medya okuryazarlık düzeylerine ilişkin Kruskal Wallis-H Testi analiz sonuçları

	İnternet Kullanma Sıklığı	N	$\bar{X}$	SS	Sıra Ortalaması	<u>Homojenlik Testi</u>		X^2	SD	p	Anlamlı Fark
						<u>Levene</u>					
						F	p				
Medya okuryazarlığı	İnternet kullanmıyorum (1)	17	3.45	0.75	375.38	2.946	.020	18.410	4	.001	2>1,3,4,5
	Günde 0-2 saat (2)	221	3.46	0.67	396.87						
	Günde 3-4 saat (3)	219	3.22	0.61	324.58						
	Günde 5- 6 saat (4)	125	3.22	0.73	324.38						
	Günde 6 saatten fazla (5)	118	3.25	0.74	333.28						

*p<0.05

Tablo 25'teki Kruskal Wallis-H testi analiz sonucu incelendiğinde ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeyleri internet kullanma sıklığı değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir [$X^2_{(4)}=18.410; P<0.05$]. Bu anlamlı farklılığın hangi internet kullanma sıklığından kaynaklandığı belirlemek amacıyla Mann-Whitney U testi kullanılmıştır. Analiz sonucunda; günde 0-2 saat arasında [Sıra ortalaması=396.87] internet kullanan ile günde 3-4 saat kullanan [Sıra ortalaması=324.58] günde 5-6 saat kullanan [Sıra ortalaması=324.38] ve günde 6 saatten fazla internet kullanan [Sıra ortalaması=333.28] arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Bu sonuca göre günde 0-2 saat arasında internet kullananın lehine olduğu ortaya çıkmıştır.

3.1.10. Sosyal Bilgiler Dersi Bağlamında Ortaokul Öğrencilerinin Televizyon İzleme Sıklığı Değişkenine Göre Medya Okuryazarlık Düzeylerine İlişkin Bulgular

“Sosyal Bilgiler dersi bağlamında ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeyleri televizyon izleme sıklığı değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?” bu sorunun yanıtını bulmak amacıyla tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılmıştır ve elde edilen sonuçlar tablo 26'da sunulmuştur.

Tablo 26. Ortaokul öğrencilerinin televizyon izleme sıklığı değişkenine göre medya okuryazarlık düzeylerine ilişkin ANOVA analiz sonuçları

	Televizyon İzleme Sıklığı	N	$\bar{X}$	SS	<u>Homojenlik Testi</u>		Varyansın kaynağı	Kareler Toplamı	SD	Kareler Ortalaması	F	P	Anlamlı Fark
					<u>Levene</u>	<u>F</u>							
Medya Okuryazarlığı	Televizyon izlemiyorum (1)	66	3.43	0.63	2.143	.059	Gruplar Arası	17.442	5	3.49	7.789	.000	1>4,5,6
	1 saat (2)	188	3.39	0.73			Gruplar İçi Toplam	310.357	693	0.45			2>4,5,6
	2 saat (3)	216	3.43	0.67				327.799	698				3>4,5,6
	3 saat (4)	136	3.13	0.64									
	4 saat (5)	54	3.00	0.55									
	5 saat ve üzeri (6)	40	3.04	0.68									

*p<0.05

Tablo 26'taki veriler incelendiğinde ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeyleri televizyon sıklığı değişkenine göre anlamlı farklılık göstermektedir [$F_{(7.789)} = 0.000$; $P < 0.05$]. Elde edilen bu anlamlı farklılığın hangi televizyon izleme sıklığından kaynaklandığını saptamak amacıyla Post-Hoc analizinden LSD testi kullanılmıştır. Analiz sonucunda; televizyon izlemeyen ile günde 3 saat izleyen arasında, günde 4 saat izleyen ve 5 saatte ve üzeri televizyon izleyen arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca günde 1 saat televizyon izleyen ile 3 saat izleyen arasında, 4 saat izleyen ve 5 saat ve üzeri izleyen arasında anlamlı bir farklılık görülmektedir. Yine 2 saat televizyon izleyen ile 3 saat arasında, 4 saat izleyen arasında ve 5 saat ve üzeri izleyen arasında anlamlı bir farklılık olduğu sonucu bulunmuştur. Bu sonuca göre televizyon izleme süresi azaldıkça öğrencinin medya okuryazarlık düzeyi daha yüksek olduğunu görülmektedir.

3.1.11. Sosyal Bilgiler Dersi Bağlamında Ortaokul Öğrencilerinin Ailenin Toplam Aylık Geliri Değişkenine Göre Medya Okuryazarlık Düzeylerine İlişkin Bulgular

“Sosyal Bilgiler dersi bağlamında ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeyleri ailenin toplam aylık geliri değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?” bu sorunun yanıtını bulmak amacıyla tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılmıştır ve elde edilen sonuçlar tablo 27’de sunulmuştur.

Tablo 27. Ortaokul öğrencilerinin ailenin toplam aylık geliri değişkenine göre medya okuryazarlık düzeylerine ilişkin ANOVA analiz sonuçları

	Ailenin Toplam Aylık Geliri	N	$\bar{X}$	SS	<u>Homojenlik</u> <u>Testi Levene</u> F	p	Varyansın kaynağı	Kareler Toplamı	SD	Kareler Ortalaması	F	P	Anlamlı Fark
Medya Okuryazarlığı	0- 5000 TL (1)	501	3.22	0.66	1.051	.350	Gruplar Arası	12.401	2	6.20	13.683	.000	2>1
	5000- 10000TL (2)	151	3.49	0.71			Gruplar İçi	315.398	696	0.45			3>1,2
	10.000 ve üstü (3)	48	3.59	0.64			Toplam	327.799	698				

*p<0.05

Tablo 27'deki analiz sonuçları incelendiğinde ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeyleri ailenin toplam aylık geliri değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir [$F_{(13.683)} = 0.000; P < 0.05$]. Çıkan bu anlamlı farklılığın hangi ailenin toplam gelirinde kaynaklandığını belirlemek amacıyla Post-Hoc analizinden LSD testi kullanılmıştır. Analiz sonucunda; ailenin toplam aylık geliri 5000-10.000tl olan ile 0-5000 TL aylık geliri olan arasında, 10.000 ve üstü ile 5000-10.000tl arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Bu sonuca göre öğrencilerin ailesinin toplam aylık geliri yükseldikçe medya okuryazarlık düzeylerinde yükseldiği söylenebilir.

3.1.12. Sosyal Bilgiler Dersi Bağlamında Ortaokul Öğrencilerinin Girişimcilik Düzeylerine İlişkin Bulgular

Sosyal Bilgiler dersi bağlamında ortaokul öğrencilerinin girişimcilik düzeyleri, cinsiyete, sınıf düzeyine, anne ve baba eğitim durumuna, gazete okuma sıklığı, internet kullanma sıklığı, televizyon izleme sıklığı ve ailenin toplam aylık geliri değişkenlerine göre istatistiksel açıdan farklılaşıp farklılaşmadığı incelenmiş ve analiz sonuçları aşağıda verilmiştir.

3.1.13 Sosyal Bilgiler Dersi Bağlamında Ortaokul Öğrencilerinin Girişimcilik Düzeylerinin Boyut Bazında Değerlendirmesi

“Sosyal Bilgiler dersi bağlamında ortaokul öğrencilerinin girişimcilik düzeyleri nasıldır?” bu soruya yanıt bulmak için ortalama ve standart sapma hesaplanmıştır. Öğrencilerin girişimcilik düzeylerin puansal olarak değerlendirilmesinde danışman tarafından belirlenen kriterler temele alınmıştır. Buna göre Sosyal Bilgiler dersi bağlamında ortaokul öğrencilerinin, girişimcilik ölçeğinden aldığı puanlara karşılık gelen düzeyler şu şekilde: 1.00-1.99= düşük düzeyde, 2.00-2.99=orta düzeyde, 3.00-4.=yüksek düzey şeklinde belirlenmiştir. Sosyal Bilgiler dersi bağlamında ortaokul öğrencilerinin girişimcilik düzeylerinin boyut bazında değerlendirmesi Tablo 28 de yer verilmiştir.

Tablo 28. Ortaokul öğrencilerinin girişimcilik düzeylerinin boyut bazında değerlendirilmesi

Girişimcilik	N	$\bar{X}$	SS
Öz farkındalık	700	3.37	0.49
Risk Alma boyutu	700	2.96	0.65
Fırsatları Değerlendirme	700	3.00	0.53
Girişimcilik Toplam	700	3.10	0.48

Tablo 28'deki analiz sonuçları incelendiğinde; öz farkındalık boyutunda aldıkları puanlar ($\bar{x} = 3.37$) öz farkındalık düzeylerinin yüksek olduğu görülmektedir. Risk alma boyutu için ($\bar{x} = 2.96$) risk alma düzeyleri orta olarak görülmektedir. Fırsatları değerlendirme boyutunda aldıkları puanlar ($\bar{x} = 3.00$) fırsatları değerlendirme düzeyleri yüksek olduğu söylenebilir. Ortaokul öğrencilerinin girişimcilik düzeylerinin boyut bazında öz farkındalık en yüksek risk alma boyutu en düşük düzeyde olduğu görülmektedir. Öğrencilerin genel olarak girişimcilik düzeyleri ($\bar{x} = 3.10$), yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır

3.1.14. Sosyal Bilgiler Dersi Bağlamında Ortaokul Öğrencilerinin Cinsiyet Değişkenine Göre Girişimcilik Düzeylerine İlişkin Bulgular

Sosyal Bilgiler dersi bağlamında ortaokul öğrencilerinin girişimcilik düzeyleri cinsiyetlerine göre farklılık göstermekte midir?" sorusunun cevabını bulmak için ortaokul öğrencilerine yönelik girişimcilik ölçeğinden elde edilen verilerin normallik ve homojenlik durumuna bakılmıştır. Veriler normal dağılım gösterdiği için t-testi yapılmıştır. Analiz sonucunda elde edilen sonuçlar tablo 29'da gösterilmiştir.

Tablo 29. Ortaokul öğrencilerinin girişimcilik düzeylerinin cinsiyetlerine göre farklılık gösterip göstermediğine ilişkin T-testi sonuçları

		<u>N. $\bar{X}$ ve SS Değerleri</u>				<u>Levene Testi</u>		<u>t-Testi</u>	
	Cinsiyet	N	$\bar{X}$	S	F	P	t	SD	P
Girişimcilik	Kadın	395	3.13	0.48	1.449	.229	1.83	698	.067
	Erkek	305	3.06	0.46					

*P<0.05

Tablo 29 incelendiğinde, Sosyal Bilgiler dersi bağlamında ortaokul öğrencilerinin girişimcilik düzeyleri cinsiyetlerine göre farklılık gösterip

göstermediğine bakmak için yapılan t-testi sonuçlarına göre [$t_{(698)}=1.83$; $p>.05$] istatistiksel olarak anlamlı bir farklılaşma olmadığı göstermektedir. Kadın ortaokul öğrencilerinin girişimcilik düzeyleri ($\bar{X}=3.13$), erkek ortaokul öğrencilerin ($\bar{X}=3.06$) olduğu ve girişimcilik düzeyi cinsiyet değişkenine göre farklılaşma olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuca göre kadın ve erkek öğrencilerin girişimcilik düzeylerinin benzerlik gösterdiği görülmektedir.

3.1.15. Sosyal Bilgiler Dersi Bağlamında Ortaokul Öğrencilerinin Sınıf Düzeyi Değişkenine Göre Girişimcilik Düzeylerine İlişkin Bulgular

“Sosyal Bilgiler dersi bağlamında ortaokul öğrencilerinin girişimcilik düzeyleri sınıf düzeyi değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?” bu sorunun yanıtı için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) Kullanılmıştır. Elde edilen sonuçlar tablo 30’da sunulmuştur.

Tablo 30. Ortaokul girişimcilik düzeylerinin sınıf değişkenine göre değişimini gösteren ANOVA analiz sonuçları

<u>Homojenlik</u>												
<u>LeveneTesti</u>												
Sınıf	N	$\bar{X}$	SS	F	p	Varyansın kaynağı	Kareler Toplamı	SD	Kareler Ortalaması	F	P	Anlamlı Fark
5.Sınıf(1)	214	3.15	0.45	.186	.831	Gruplar Arası	0.594	2	0.30.	1.29	.027	1>3
Girişimcilik 6.Sınıf(2)	234	3.08	0.49			Gruplar İçi	159.455	697	0.23			1>2
7.sınıf(3)	252	3.09	0.49			Toplam	160.049	699				

*p<0.05

Tablo 30’da verilen ANOVA analiz sonuçlarına bakıldığında; Sosyal Bilgiler dersi bağlamında ortaokul öğrencilerinin girişimcilik düzeyleri sınıf düzeyi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır [$F_{(1,298)} = .027; P < 0.05$]. Söz konusu farklılaşmanın hangi gruplar arasında olduğuna bakmak için post-Hoc çoklu karşılaştırma testi olan LSD testi yapılmıştır. Analiz sonucunda, öğrencilerin girişimcilik düzeyi sınıf düzeyi değişkenine göre farklılaştığı bilimsel olarak kanıtlanmıştır. Anlamlı düzeyde farklılaştığını göstermekte ($p < 0.05$) anlamlı fark 5. ile 7.sınıflar arasında ve 5. ile 6. sınıflar arasında anlamlı bir farklılık görülmektedir. 5. sınıf öğrencilerin girişimcilik düzeyi 6. ve 7. sınıf düzeydeki öğrencilere göre daha yüksek olduğu sonucu bulunmuştur.

3.1.16. Sosyal Bilgiler Dersi Bağlamında Ortaokul Öğrencilerinin Anne Eğitim Durumu Değişkenine Göre Girişimcilik Düzeylerine İlişkin Bulgular

“Sosyal Bilgiler dersi bağlamında ortaokul öğrencilerinin girişimcilik düzeyleri anne eğitim durumu değişkenine göre anlamlı farklılık göstermekte midir?” bu sorunun yanıtını bulmak amacıyla tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılmıştır ve elde edilen sonuçlar tablo 31’de sunulmuştur.

Tablo 31. Ortaokul öğrencilerinin anne eğitim durumu değişkenine göre girişimcilik düzeylerine ilişkin ANOVA analiz sonuçları

Anne Eğitim Durumu	N	$\bar{X}$	SS	<u>Homojenlik</u> <u>Levene Testi</u>		Varyansın kaynağı	Kareler Toplamı	SD	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Fark
				F	p							
İlkokul Mezunları (1)	301	3.05	0.46	1.603	.172	Gruplar Arası	3.887	4	0.97	4.325	.002	3>1
Girişimcilik Ortaokul Mezunları(2)	51	3.00	0.65			Gruplar İçi	156.162	695	0.22			4>1,2
Lise Mezunları (3)	225	3.14	0.44			Toplam	160.049	699				5>1,2,3,4
Üniversite Mezunları (4)	111	3.17	0.48									
Lisansüstü (5)	12	3.48	0.42									

*P<0.05

Tablo 31’de incelendiğinde ortaokul öğrencilerinin girişimcilik düzeyleri anne eğitim durumu değişkenine göre anlamlı farklılık göstermektedir [$F_{(4.325)}=0.002; P<0.05$]. Analiz sonucunda çıkan bu anlamlı farklılığın hangi eğitim düzeyinden kaynaklandığını belirlemek amacıyla çoklu karşılaştırma testi post- Hoc testlerinden LSD analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda; ortaokul öğrencilerinin girişimcilik düzeyleri anne eğitim düzeyi lise ile ilkokul arasında, üniversite ile ilkokul ve ortaokul arasında lisansüstü ile ilkokul, ortaokul, lise ve üniversite arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Bu sonuca göre annelerinin eğitim düzeyi yükseldikçe öğrencilerin girişimcilik düzeyleri daha yüksek çıktığı tespit edilmiştir.

3.1.17. Sosyal Bilgiler Dersi Bağlamında Ortaokul Öğrencilerinin Baba Eğitim Durumu Değişkenine Göre Girişimcilik Düzeylerine İlişkin Bulgular

“Sosyal Bilgiler dersi bağlamında ortaokul öğrencilerinin girişimcilik düzeyleri baba eğitim durumu değişkenine göre anlamlı farklılık göstermekte midir?” bu sorunun yanıtını bulmak amacıyla tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılmıştır ve elde edilen sonuçlar tablo 32’de sunulmuştur.

Tablo 32. Ortaokul öğrencilerinin baba eğitim durumu değişkenine göre girişimcilik düzeylerine ilişkin ANOVA analiz sonuçları

	Baba Eğitim Durumu	N	$\bar{X}$	SS	Homojenlik		Varyansın kaynağı	Kareler Toplamı	SD	Kareler Ortalaması	F	P	Anlamlı Fark
					<u>Levene Testi</u>	<u>F</u>							
Girişimcilik	İlkokul Mezunları (1)	180	3.01	0.52	.527	.716	Gruplar Arası	2.850	4	0.71	3.150	.014	3>1
	Ortaokul Mezunları (2)	139	3.08	0.46			Gruplar İçi	157.200	695	0.23			4>1,2
	Lise Mezunları (3)	218	3.12	0.47			Toplam	160.049	699				
	Üniversite Mezunları (4)	140	3.20	0.45									
	Lisansüstü (5)	23	3.18	0.44									

*p<0.05

Tablo 32 incelendiğinde, ortaokul öğrencilerinin girişimcilik düzeyleri baba eğitim durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir [$F_{(3.150)}=0.14; P<0.05$]. Bu anlamlı farklılığın hangi baba eğitim düzeyinden kaynaklandığını belirlemek amacıyla çoklu karşılaştırma testi post-hoc testlerinden LSD analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda; ortaokul öğrencilerinin girişimcilik düzeyleri baba eğitim düzeyi lise mezunu ile ilkokul arasında, üniversite mezunu ile ilkokul ve ortaokul arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Babasının eğitim düzeyi üniversite mezunu olan öğrencinin girişimcilik düzeyi daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

3.1.18. Sosyal Bilgiler Dersi Bağlamında Ortaokul Öğrencilerinin Gazete Okuma Sıklığı Değişkenine Göre Girişimcilik Düzeylerine İlişkin Bulgular

“Sosyal Bilgiler dersi bağlamında ortaokul öğrencilerinin girişimcilik düzeyleri gazete okuma sıklığı değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?” bu sorunun yanıtını bulmak amacıyla tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılmıştır ve elde edilen sonuçlar tablo 33’te sunulmuştur.

Tablo 33. Ortaokul öğrencilerinin gazete okuma sıklığı değişkenine göre girişimcilik düzeylerine ilişkin ANOVA analiz sonuçları

	Gazete Okuma Sıklığı	N	$\bar{X}$	SS	<u>Homojenlik</u> <u>Levene</u> <u>Testi</u>		Varyansın kaynağı	Kareler Toplamı	SD	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Fark
					F	p							
Girişimcilik	Hiç okumam (1)	430	3.04	0.49	1.226	.298	Gruplar Arası	5.830	4	1.46	6.569	.000	2>1,3,4
	Her gün (2)	26	3.40	0.43			Gruplar İçi	154.219	695	0.22			3>1
	Haftada 1 (3)	133	3.20	0.44			Toplam	160.049	699				5>1
	Ayda (4)	70	3.14	0.45									
	Yılda (5)	41	3.20	0.42									

*P<0.05

Tablo 33 incelendiğinde, ortaokul öğrencilerinin girişimcilik düzeyleri gazete okuma sıklığı değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir [$F_{(6.569)} = .000; P < 0.05$]. Bu anlamlı farklılığın hangi gazete okuma sıklığından kaynaklandığını belirlemek amacıyla çoklu karşılaştırma testi post- hoc testlerinden LSD analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda; her gün gazete okuyan ile hiç okumayan, haftada bir ve ayda bir okuyan arasında, haftada bir okuyan ile hiç okumayan arasında, yılda bir okuyan ile hiç okumayan arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık görülmektedir. Bu sonuca göre her gün gazete okuyan öğrencinin girişimcilik düzeyi daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır.

3.1.19. Sosyal Bilgiler Dersi Bağlamında Ortaokul Öğrencilerinin İnternet Kullanma Sıklığı Değişkenine Göre Girişimcilik Düzeylerine İlişkin Bulgular

“Sosyal Bilgiler dersi bağlamında ortaokul öğrencilerinin girişimcilik düzeyleri internet kullanma sıklığı değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?” bu sorunun yanıtını bulmak amacıyla tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılmıştır ve elde edilen sonuçlar tablo 34’te sunulmuştur.

Tablo 34. Ortaokul öğrencilerinin internet kullanma sıklığı değişkenine göre girişimcilik düzeylerine ilişkin ANOVA analiz sonuçları

	İnternet Kullanma Sıklığı	N	$\bar{X}$	SS	<u>Homojenlik</u> <u>Levene</u> <u>Testi</u>		Varyansın kaynağı	Kareler Toplamı	SD	Kareler Ortalaması	F	P	Anlamlı Fark
					F	p							
Girişimcilik	İnternet kullanmıyorum (1)	17	3.11	0.52	1.989	.095	Gruplar Arası	1.054	4	0.26	1.152	.331	-
	Günde 0-2 saat (2)	221	3.15	0.45			Gruplar İçi	158.996	695	0.23			
	Günde 3-4 saat (3)	219	3.06	0.46			Toplam	160.049	699				
	Günde 5- 6 saat (4)	125	3.14	0.47									
	Günde 6 saatten fazla (5)	118	3.08	0.55									

*P<0.05

Tablo 34 incelendiğinde, ortaokul öğrencilerinin girişimcilik düzeyleri internet kullanma sıklığı değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir [$F_{(1.152)} = .331; P > 0.05$].

3.1.20. Sosyal Bilgiler Dersi Bağlamında Ortaokul Öğrencilerinin Televizyon İzleme Sıklığı Değişkenine Göre Girişimcilik Düzeylerine İlişkin Bulgular

“Sosyal Bilgiler dersi bağlamında ortaokul öğrencilerinin girişimcilik düzeyleri televizyon izleme sıklığı değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?” bu sorunun yanıtını bulmak amacıyla normallik ve homojenlik Levene testi yapılmış ve analiz sonucunda veriler homojen olmadığı için non parametrik testlerden Kruskal Wallis-H Testi Kullanılmıştır. Elde edilen sonuçlar tablo 35’te sunulmuştur.

Tablo 35. Ortaokul öğrencilerinin televizyon izleme sıklığı değişkenine göre girişimcilik düzeylerine ilişkin Kruskal Wallis-H Testi analiz sonuçları

	Televizyon İzleme Sıklığı	N	$\bar{X}$	SS	Sıra Ortalaması	<u>Homojenlik Testi Levene</u> F	p	X ²	SD	P	Anlamlı Fark
Girişimcilik	Televizyon izlemiyorum(1)	66	3.10	0.50	353.86	4.834	.000	7.150	5	.210	-
	1 saat (2)	188	3.16	0.48	375.40						
	2 saat (3)	216	3.10	0.45	347.57						
	3 saat (4)	136	3.10	0.44	343.74						
	4 saat (5)	54	3.06	0.38	334.19						
	5 saat ve üzeri (6)	40	2.91	0.71	288.73						

*P<0.05

Tablo 35 incelendiğinde, ortaokul öğrencilerinin girişimcilik düzeyleri televizyon sıklığı değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir [$X^2_{\{5\}}=7.150; P>0.05$).

3.1.21. Sosyal Bilgiler Dersi Bağlamında Ortaokul Öğrencilerinin Ailenin Toplam Aylık Geliri Değişkenine Göre Girişimcilik Düzeylerine İlişkin Bulgular

“Sosyal Bilgiler dersi bağlamında ortaokul öğrencilerinin girişimcilik düzeyleri ailenin toplam aylık geliri değişkenine göre anlamlı farklılık göstermekte midir?” bu sorunun yanıtını bulmak amacıyla tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılmıştır ve elde edilen sonuçlar tablo 36 da sunulmuştur.

Tablo 36. Ortaokul öğrencilerinin ailenin toplam aylık geliri değişkenine göre girişimcilik düzeylerine ilişkin ANOVA analiz sonuçları

	Ailenin Toplam Aylık Geliri	N	$\bar{X}$	SS	<u>Homojenlik</u> <u>Testi</u> <u>Levene</u>		Varyansın kaynağı	Kareler Toplamı	SD	Kareler Ortalaması	F	P	Anlamlı Fark
					F	p							
Girişimcilik	0- 5000 TL (1)	501	3.08	0.48	.087	.917	Gruplar Arası	1.397	2	0.70	3.069	.047	3>2,1
	5000- 10000TL (2)	151	3.16	0.46			Gruplar İçi	158.652	697	0.29			
	10.000 ve üstü (3)	48	3.21	0.45			Toplam	160.049	699				

*P<0.05

Tablo 36 incelendiğinde, ortaokul öğrencilerinin girişimcilik düzeyleri ailenin toplam aylık geliri değişkenine göre anlamlı farklılık göstermektedir [$F_{(3.069)} = 0.47; P < 0.05$]. Anlamlı farklılığın hangi aralıktaki aylık gelirden kaynaklandığını belirlemek için LSD analizi yapılmıştır. Bu sonuca göre 10.000 ve üstü ailenin toplam gelir ile 0-500tl arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Ailenin toplam geliri arttıkça öğrencinin girişimcilik düzeyi daha yüksek çıktığı söylenebilir.

3.1.22. Medya Okuryazarlığı İle Girişimcilik Arasındaki İlişkinin İncelenmesine İlişkin Bulgular

“Sosyal bilgiler dersi bağlamında ortaokul öğrencilerin medya okuryazarlığı düzeyleri ile girişimcilik düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?” sorusunun cevabını bulmak için korelasyon analizine gerek duyulmaktadır. Bu analizin yapılabilmesi için ilk önce ortaokul medya okuryazarlığı düzey belirleme ölçeğinden ve ortaokul öğrencilerine yönelik girişimcilik ölçeğinden elde edilen veriler skewness (çarpıklık) ve kurtosis (basıklık) değerlerinin -1 ve +1 aralığında normal dağılım göstermektedir. Bu yüzden parametrik testlerden biri olan pearson momentler çarpım korelasyon katsayısı ile korelasyon hesaplanmıştır. Medya okuryazarlığı ile girişimcilik arasındaki ilişkinin hesaplandığı korelasyon analizi tablo 37’de hesaplanmıştır.

Tablo 37. Medya okuryazarlığını oluşturan boyutlar ile girişimcilik boyutları arasındaki ilişkiye yönelik korelasyon tablosu

	Anlama, analiz etme ve değerlendirme	Medyayı bilinçli kullanma	Bilgiyi doğru medya kaynaklarında arama	Kendi mesajlarını oluşturma	Medya Okuryazarlığı	Özfarkındalık	Risk Alma boyutu	Fırsatları Değerlendirme	Girişimcilik
Anlama, analiz etme ve değerlendirme	1								
Medyayı bilinçli kullanma	0.73**	1							
Bilgiyi doğru medya kaynaklarında arama	0.58**	0.60**	1						
Kendi mesajlarını oluşturma	-0.05	-0.01	-0.07	1					
Medya Okuryazarlığı	0.83**	0.85**	0.81**	0.24**	1				
Özfarkındalık	0.38**	0.45**	0.42**	0.16**	0.52**	1			
Risk Alma boyutu	0.21**	0.23**	0.27**	0.01	0.27**	0.51**	1		
Fırsatları Değerlendirme	0.37**	0.36**	0.40**	0.06	0.44**	0.64**	0.72**	1	
Girişimcilik	0.36**	0.38**	0.41**	0.08*	0.46**	0.80**	0.88**	0.90**	1

*p<.05ve**p<.01

Tablo 37 incelendiğinde; medya okuryazarlığının anlama, analiz etme ve değerlendirme boyutu ile girişimcilik; özfarkındalık alt boyutu arasında [$r=0.38$; $p<0.01$] pozitif yönde orta düzeyde, risk alma alt boyutu arasında [$r=0.21$; $p<0.01$] pozitif yönlü düşük düzeyde ve fırsatları değerlendirme alt boyutu ile arasında [$r=0.37$; $p<0.01$] pozitif yönde orta düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Medya okuryazarlığının medyayı bilinçli kullanma boyutu ile girişimcilik; özfarkındalık alt boyutu arasında [$r=0.45$; $p<0.01$] pozitif yönde orta düzeyde, risk alma alt boyutu arasında [$r=0.23$; $p<0.01$] pozitif yönlü düşük düzeyde ve fırsatları değerlendirme alt boyutu ile arasında [$r=-0.36$; $p<0.01$] pozitif yönde orta düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Medya okuryazarlığının bilgiyi doğru medya kaynaklarında arama boyutu ile girişimcilik; özfarkındalık alt boyutu arasında [$r=0.42$; $p<0.01$] pozitif yönde orta düzeyde, risk alma alt boyutu arasında [$r=0.27$; $p<0.01$] pozitif yönde düşük düzeyde, fırsatları değerlendirme alt boyutu ile arasında [$r=0.40$; $p<0.01$] pozitif yönde orta düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Medya okuryazarlığının kendi mesajlarını oluşturma boyutu ile girişimcilik; özfarkındalık alt boyutu arasında [$r=0.16$; $p<0.01$], risk alma alt boyutu arasında [$r=0.01$; $p<0.01$] ve fırsatları değerlendirme alt boyutu ile arasında [$r=0.06$; $p<0.01$] pozitif yönlü düşük düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Medya okuryazarlığı ile girişimcilik arasında orta düzeyde pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bulunan bu ilişkinin büyüklüğü [$r=0.46$; $p<0.01$].

Büyüköztürk'e (2019) göre korelasyon katsayısının, mutlak değer olarak 0.70-1.00 arasında olması yüksek; 0.70-0.30 arasında olması orta; 0.30-0.00 arasında olması düşük düzeyde, $r=0.00$ ise ilişki yok olarak tanımlanmaktadır (Büyüköztürk, 2019:32).

3.1.23. Medya Okuryazarlığının Girişimcilik Üzerindeki Etkisinin İncelenmesine İlişkin Bulgular

“Sosyal Bilgiler dersi bağlamında ortaokul öğrencilerin, medya okuryazarlığı düzeyleri girişimcilik düzeylerini anlamlı ölçüde yordamakta mıdır?” sorusunu yanıtı bulmak amacıyla regresyon analizine gerek duyulmaktadır. Ölçme araçlarından elde edilen verilerin normal dağılımdan aşırı sapma göstermediği ve bu sorunun yanıtını bulmak içinde bir bağımsız (medya okuryazarlığı) bir de bağımlı (Girişimcilik)

değişken koşullu sağlanarak basit regresyon analizi yapılmıştır. Medya okuryazarlığının girişimcilik üzerindeki etkisinin incelendiği regresyon analizi sonuçları tablo 38’de yer verilmiştir.

Tablo 38. Medya okuryazarlığın girişimcilik üzerindeki etkisine ilişkin basit regresyon analizi sonuçları

Değişken	B	Standart Hata B	B	T	P	
Sabit	2.040	.079		25.744	.000	
Medya Okuryazarlığı	Girişimcilik	322	023	.461	13.701	.000
		R=.461	R ² =.212	F=187.706	p=.000	

Tablo 38’e bakıldığında medya okuryazarlık becerisinin, girişimcilik becerisini ne şekilde yordadığını ortaya çıkarmak için yapılan regresyon analizi sonucunda elde edilen bulguya göre, medya okuryazarlığı girişimciliğin anlamlı bir şekilde yordamaktadır [R=.461, R²=.212, F_(1.698)=187.706, P=.000]. Bu değer medya okuryazarlığı becerisi, girişimciliğe ilişkin toplam varyansın %21’ini açıklamakta olduğu tespit edilmiştir. Bu bulguya dayanarak medya okuryazarlığının girişimciliğin önemli bir yordayıcısı olduğu sonucuna varılabilir.

3.2. Araştırmanın Nitel Bulguları

Bu bölümde öğrencilerin medya okuryazarlık ve girişimcilik becerisine ilişkin yapılan görüşme sonucunda elde edilen bulgular sunulmuştur. Bu veriler, altı sorudan oluşan yarı yapılandırılmış görüşme formu ile toplanmıştır. Veriler öğrencilerin verdikleri ifadelerden tema, alt tema, frekans ve katılımcı kodları şeklinde tablolastırılarak açıklanmıştır.

3.2.1. Medya Okuryazarlığı Kavramına İlişkin Ortaokul Öğrencilerinin Görüşleri Nelerdir? Sorusuna İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlığı kavramına ilişkin görüşleri Tablo 39’da yer verilmiştir.

Tablo 39. Medya okuryazarlığı kavramına ilişkin ortaokul öğrencilerinin görüşleri

Tema	Alt Temalar	Katılımcı	f
Medya Okuryazarlığı Kavramı	Araştırma yapma	K8, K11, K14, K15, K16, K17, K23, K24, K29, K30	10
	Bilinçli medya kullanma	K2, K10, K12, K19, K21, K22	6
	Gündemi takip etme	K3, K4, K5, K11, K17	5
	Medya mesajlarını doğru anlama	K6, K15, K16, K25, K26	5
	İletişim sağlama	K1, K5, K20, K21, K23	5
	Medya mesajlarını üretme ve paylaşma	K6, K19, K26, K27, K30	5
	Medyayı tanıma	K9, K13, K29, K30	4
	Medya mesajlarını erişim	K7, K19, K22, K28	4
	Medya mesajlarını doğru analiz etme	K12, K15, K21	3
	Akıllı işaretler	K13, K30	2
	Yeni bir meslek	K19	1

Tablo 39 incelendiğinde, öğrencilere medya okuryazarlığı kavramı, çoğunluğa göre araştırma yapma (f:10), bilinçli medya kullanma (f:6), gündemi takip etme (f:5), medya mesajlarını doğru anlama (f:5), iletişim sağlama (f:5), medya iletilerini, üretme ve paylaşma (f:5)’yı çağrıştırmaktadır. Buna ek olarak, medyayı tanıma (f:4), medya mesajlarına erişim (f:4), medya mesajlarını doğru analiz etme (f:3), akıllı işaretler (f:2), yeni bir meslek (f:1) şeklinde sıralanan kavramları çağrıştırdığı görülmektedir.

Medya okuryazarlık becerisindeki amaç, öğrencilerin bilgiyi güvenli medya ağlarında araştırarak öğrenmesini sağlamaktır. Bu öğrenme şekli katılımcı öğrencilere göre araştırma yaparak, bilgi öğrenmesi şeklinde ifade edilmektedir. Örneğin; K8: “*Farklı görüş ve yeni bilgiler öğrenmemizi çağırıştırıyor*” açıklamasıyla yeni bilgi öğrenmesi var olan görüşünü değiştireceğine değinmiştir. Ayrıca K11: “*Medya okuryazarlığı bence, insanlara bilgi vermek amaçlıdır*” görüşünde medya okuryazarlığın amacını açıklamaktadır. Yine K23: “*Sosyal medya kullanmak, güvenli internet sitelerinde ödevlerim hakkında bilgi almak için araştırma yapmak ve sosyalleşmek*” bu görüşüyle medya okuryazarlığı, öğrencinin ödevlerini hazırlamak için güvenli internet sitelerinde araştırma yapmak ile sosyal medyayı kullanmak gibi çağrışımlar yapmaktadır.

6 öğrenciye göre medya okuryazarlığı kavramı bilinçli medya kullanmaktır. Örneğin K2: “*Bilinçli medya kullanımı, neyi izlemem gerektiğini, yanlış şeyleri izlemememiz gerektiğidir*” görüşüyle medya okuryazarlığın bireyi ne izlemesi ve

izlememesi gerektiği yönünde bilinçlendirmekte olduğunu belirtmektedir. Başka bir katılımcı da K19 *“yeni nesil meslek, interneti (herhangi bir teknolojiyi) daha bilinçli kullanmayı, medyada olan biteni analiz edip internette paylaşan bir iş türü”* olduğu görüşüyle medya okuryazarlığının yeni meslek türü olduğunu belirtmektedir.

Öğrencilere göre medya okuryazarlığı gündemi takip edip çevredeki gelişmelerden haberdar olmaktır. Örneğin K4 *“dünyamızda, çevrede olanları takip edebilmeyi ve bunlarla ilgili yorum yapabilmeyi çağırıştırıyor”* görüşü ile dünyadaki gelişmeleri yakından takip edebilmek için gözlemlemek gerektiğini söylüyor. Yine K17 *“basın organlarını takip etmek ve medya güvenilirliği”* sözleriyle haber aktaran organların takip edilmesini çağırştırdığını belirtmektedir.

Bazı öğrencilere de medya okuryazarlığı medya mesajlarını doğru algılama ve yorumlama yapabilmeyi çağırştırmaktadır. Örneğin K16: *“Bilgi edinmeyi, medya okuryazarlığı temel olarak medyayı doğru yorumlayıp algılama becerisidir”* görüşüyle medya mesajlarını doğru anlamak ve yorumlamak için gerekli bir beceri olduğunu vurgulamaktadır. Bir başka görüşte medya okuryazarlık iletişim ve etkileşimi çağırştırmaktadır. Örneğin K20: *“ Medya genelde sosyalleşme kavramı akla gelir mesela sosyal medya anlamsız, sadece anlamsız bir video vb şeyler”* görüşüyle hem sosyalleşme kavramının çağırştırdığı hem de sosyal medyayı anlamsız bulup gereksiz içerikleri çağırştırmakta olduğunu dile getirmektedir.

Kimi öğrencilere göre de medya okuryazarlığı medya mesajlarını üretme ve paylaşmaktır. Örneğin K30: *“ internet’ ten bilgi öğrenip okumak ve kendi medya iletilerini üretmek”* olduğu, K27: *“Güvenilir bir bilgi ortamı, sosyal medyada bir düşünceyi, fikri paylaşmak”* kavramını çağırştırdığını dile getirmektedir.

3.2.2. Girişimcilik Kavramına İlişkin Ortaokul Öğrencilerinin Görüşleri Nelerdir? Sorusuna İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan ortaokul öğrencilerin, girişimcilik kavramına ilişkin görüşleri Tablo 40’ta yer verilmiştir.

Tablo 40. Girişimcilik kavramına ilişkin ortaokul öğrencilerinin görüşleri

Tema	Alt Tema	Katılımcı	f
Girişimcilik Kavramı	Risk alma	K1,K5,K8,K9,K17,K20,K24,K29,K30	9
	Yeni iş alanları oluşturma	K4, K5, K6, k10, K13, k24, K27, K29	8
	Başarılı olma	K2, K13, K19, K20, K29, K23, K22	7
	Yeni bir meslek	K3,K18, K20, k25, K26, K27, K30	7
	Özgüvenli olma	K1, K4, K9, K17, K30, K26,	6
	Fırsatları değerlendirme	K2, K4, K5, K6, K12, K28	6
	Yeni bir ürün ortaya çıkarma	K7, K9, K11, K12, K30	5
	İleri görüşlü olup geleceği planlama	K1, K19, K29	3
	Farklı bakış açısı	K4, K6, K10,	3
	Araştırma ve proje	K23, K24, K21	3
	Kadın girişimci	K26	1

Tablo 40 incelendiğinde öğrencilere girişimcilik kavramı, çoğunluğuna göre risk alma (f:9), yeni iş alanları oluşturma (f:8), başarılı olma (f:7), yeni bir meslek (f:7), şeklinde sıralanmaktadır. Bunlara ek olarak; fırsatları değerlendirme (f:6), özgüvenli olma (f:6), yeni bir ürün ortaya çıkarma (f:5), ileri görüşlü olup geleceği planlama (f:3), farklı bakış açısı (f:3), araştırma ve proje (f:3), kadın girişimci (f:1) gibi kavramları çağrıştırdığı görülmektedir.

Aşağıda öğrencilerin nitel ikinci araştırma soruna verdikleri cevaplara ait örnek ifadeler yer verilmiştir.

Öğrencilerde genel olarak girişimcilik kavramı en çok risk alma (f:9 kavramını en az da kadın girişimci kavramını (f:1) çağrıştırdığı görülmektedir. Örneğin K29: “İmkânlar dâhilinde ticari bir iş yapmak, idealist olmayı çağrıştırıyor bütün riskleri göze alarak başarabilmek adına sosyal ve ticari hayatta her şeyi yapmak aynı zamanda başarıyı, riske atılmayı çağrıştırıyor” şeklinde görüş belirtmiştir. K8: “İnsanların yeni girişimler yaparak kendilerini geliştirebilirler ve risk almayı” bu şekilde yapılan görüş de girişimcilik kavramını risk alma kavramını çağrıştırdığı görülmektedir.

Öğrencilere girişimcilik yine çoğunluk olarak yeni iş alanları oluşturmayı çağrışım yapmakta olduğu bulgusu ortaya çıkmıştır. Örneğin; K10: “*girişimcilik, kimsenin farklı bir açıdan düşünmediği yeni iş alanları oluşturmaktır*” şeklinde görüşü ifade etmiştir. K24: “*Bir iş kurmaya başlamak yani girişimcilik, akla gelen bir iş fikrinin hayata geçirilmesi ve profesyonelce olarak yönlendirilmesidir.*” sözleri ile iş kurmayı çağrıştırdığı vurgusu yapıldığı görülmektedir. Yine de girişimcilik yeni bir meslek olarak görülmektedir. Örneğin; K27: “*Yeni bir işe girmek, yeni maceralara atılmak yeni bir meslek sahibi olmak için bir iş sahibi olmak için bir şeyler yapmak.*” K20 ise “*iş ve iş yapmak isteyen insanların bir meslek edinmek istemesi*” K25: “*Girişimcilik, yeni fikirlerin geliştirilmesi ve sunulması için yapılması gerekenlerin çözümlerini herkese sunan ve uygulayan bir yapıdır. İnsanları farklı mesleklerle tanıştıran Girişimcilik ve Girişimcilik kursları bu konuda önemli yol gösterici olmaktadır*” şeklinde görüş ile meslek ile ilgili çağrışım yaptığı görülmektedir.

Bazı öğrencilere göre de girişimcilik yeni bir ürün ortaya çıkarmak, fırsatları değerlendirme kavramlarını çağrıştırdığı görülmektedir. Örneğin K12: “*Girişimcilik elimize geçen fırsatların yeni değerlere dönüşmesini çağrıştırıyor*” K7 ise “*üretim, hizmet faktörlerinin bir araya gelerek ekonomik fırsatlar yeni değerlere oluşturup organizasyonun oluşmasıdır*” şeklinde görüşü ifade ederek fırsatları değerlendirmeyi çağrıştırdığı vurgusu yapılmaktadır.

Girişimcilik kavramı kimi öğrencilere göre de özgüven, cesaret, yenilikçi ve üretken olmak gibi girişimci bireyin özelliklerini çağrıştırdığı görülmektedir. Örneğin; K11: “*Yeni şeylerin var etmek keşif yapmak, cesaret, özgüven ve motive olmayı*” şeklinde görüş belirtmiştir. Yine bir başka görüşte K1: “*İleri görüşlü olup geleceği planlamak, pes etmemek, cesaretlilik*” ifadesini kullanmaktadır. K19 “*ileri görüşlü, karar verebilme yetisine sahip olma*” görüşü ifade etmiştir. Bir öğrenci görüşüne göre kadın girişimcilik kavramını çağrıştırmaktadır. Örneğin K26: “*Kadın girişimcilerini duymuştum ama pek bilgim yok*” şeklinde görüş belirtmiştir. Yine K21: “*Girişimcilik bana proje, eğitim ve genç girişimci destekleri*” şeklinde görüşü ile araştırma, proje kavramları çağrıştırdığı görülmektedir.

3.2.3. Ortaokul Öğrencilerinin Görüşlerine Göre Medya Okuryazarlığı İle Girişimcilik Becerisi Arasında Nasıl Bir İlişki Vardır? Sorusuna İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlığı ile girişimcilik arasında nasıl bir ilişki olduğuna yönelik öğrenci görüşlerine Tablo 41’de yer verilmiştir.

Tablo 41. Medya okuryazarlığı ile girişimcilik arasındaki ilişkiye yönelik ortaokul öğrencilerinin görüşleri

Tema	Alt Tema	Katılımcı	f
Medya Okuryazarlığı İle Girişimcilik Arasındaki İlişki	Medya okuryazarlığında araştırma, girişimcilikte ise uyguma yapılır	K6, K8, K10,K15,K23, K25, K30	7
	Girişimci birey bilgi toplar ve medyada sunar	K3, K4, K11, K20, K24, K27	6
	Girişimcilik sayesinde çeşitli reklamlar yaparak medyadan yararlanabilir.	K1, K17, K22, K29, K30	5
	İki beceri de teknoloji ile ilgilidir.	K5, K13, K19, K26	4
	Girişimcilik, medya kullanım fırsatlarını kazanca çevirme yoludur	K2, K12, K29	3
	Medya okuryazarlığı düşünceyi biçimlendirir, girişimcilik ise yeni üretim değeri oluşturur	K10, K18, K28	3
	İki beceri de özgüven, bilgi ve başarıyı içerir.	K16, K17, K20	3
		K21	1
	İki beceri de sosyalleşme ve eğitimle alakalıdır.		
	İki beceri de araştırmacı ve cesaretli olmayı gerektirir.	K7	1
	İki beceri de düşünebilmeyi gerektirir	K9	1
	Girişimcilik karakteristik bir özellik iken medya okuryazarlığı mesleklerle ilgilidir.	K14	1

Tablo 41 incelendiğinde öğrencilere medya okuryazarlığı ile girişimcilik arasında nasıl bir ilişki vardır sorusuna ilişkin görüşleri genellikle; Medya

okuryazarlığında araştırma, girişimcilik de ise uyguma yapılır (f:7) girişimci birey bilgi toplar ve medyada sunar (f:6), girişimcilik sayesinde medyadan çeşitli reklamlar yaparak yaralanabilir (f:5) şeklinde sıralanmaktadır. Buna ek olarak; iki beceri de teknoloji ile ilgilidir (f:4), girişimcilik, medya kullanımı fırsatlarını kazanca çevirme yoludur (f:3), medya okuryazarlığı düşünceyi biçimlendirir, girişimcilik ise yeni üretim değeri oluştur (f:3), iki beceride özgüven, bilgi ve başarıyı içerir.(f:3), iki beceri de sosyalleşme ve eğitimle alakalıdır (f:1), iki beceride araştırmacı ve cesaretli olmayı gerektirir (f:1), iki beceri de düşünebilmeyi gerektirir (f:1), girişimcilik karakteristik bir özellik iken medya okuryazarlığı mesleklerle ilgilidir (f:1) şeklinde ilişkilendirdikleri görülmektedir.

Ortaokul öğrencilerinin görüşlerine göre medya okuryazarlığı ile girişimcilik becerisi arasında nasıl bir ilişki vardır? Nitel üçüncü araştırma soruna verdikleri cevaplara ait örnek ifadeler aşağıda yer verilmiştir.

Öğrencilerde genel olarak; medya okuryazarlığında araştırma, girişimcilik becerisinde uyguma yapıldığı yönünde ilişki olduğunu düşündükleri görülmektedir. Örneğin: K6 *“ilgilendiğim bir alanda medyadan da iyi bir araştırma yapıp bir girişimcilik yapabilirim.”* şeklindeki görüşü ifade ederek, medyayı kullanarak işi eyleme dönüştürdüğünü göstermektedir. Başka bir öğrencide; k15: *“Mesela bir iş arayan insan, araştırıp kendine bir iş bulabilir. Yani bir girişimci, medya okuryazarlık olarak internetten veya herhangi bir yerden araştırıp hayallerindeki şeye ulaşabilir”* şeklindeki görüşü belirtmekle bireyin girişimcilik becerisi sayesinde medyada araştırma yapmakta ve medya mesajlarını iyi okuyarak iş hedeflerine ulaşmak için iki beceri arasında bir ilişki oluşturduğu görülmektedir. Yine de K30: *“Medya okuryazarlığı internetten bilgi öğrenip okumak. Girişimcilik bilgileri öğrenmeye çalışmak arasındaki fark bu”* K23: *“Medya okuryazarlığına başlamak için girişimci olmak gerekiyor ve medya okuryazarlığı araştırmacı girişimcilik ise yorumcu”* şeklindeki görüşleri ifade ederken; iki becerinin birbirini desteklediği yönünde bir ilişkilendirme yapıldığı görülmektedir.

Öğrencilerin bazıları da bu söz konusu iki beceri arasında, girişimci birey bilgi toplar ve medyada sunar şeklinde bir ilişki olduğunu söyledikleri görülmektedir. Örneğin K3: *“Birisi bilgi toplarken (Girişimci) diğeri sunuyor (Medya) medya okuryazarlığı insanları doğru bilgiye yönlendirir bunu girişimcilik ile birleştirirsek*

ortaya dürüst bir satıcı çıkar” ifadesiyle bireyin dürüst bir girişimcilik faaliyeti ile medya okuryazarlığı becerisi arasında bir ilişki olduğu görülmektedir. K11: *“Girişimci yeni keşifler yapar medya okuryazarı ise bunları insanlara göstermek için yayınlar.”* K27: *“Bir girişimcilik yaparak medya okuryazarlığı olabiliriz. Bence, girişimcilikte birisi bir şey ortaya koysa ve onu gerçekleştirse ve medya okuryazarı biri o haberi televizyona veya gazeteye aktarsa gibi bir ilişki vardır yani iş birliği yapıyorlar”* şeklindeki görüşleri ifade etmişlerdir. Bu bakış açısına göre, girişimcinin bilgi elde etmek için girişimcilik faaliyeti yoluyla elde edilmek istenen medya okuryazarlığı ile medyada elde edilen bilgilerin bireye sunumu arasında bir bağlantı vardır.

Bazı öğrencilere göre de girişimcilik sayesinde medyadan çeşitli reklamlar yaparak faydalanmak gibi bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Örneğin K1: *“Bence aralarında çok ilişki var medya olarak veya girişimcilik olarak birbirleriyle ortak yönlerinin çok fazla olduğunu söylenebilir. Girişimcilik yaptığımızda medyadan çeşitli reklamlar yaparak yararlanabiliriz”* K22: *“Girişimcilik medya okuryazarlığı arasında haber ve reklam amacıyla kullanılır”* yine K29: *“Hızlı bir gelişim ve değişim süreci olan 20. yüzyıldan itibaren tüm sistemlere yansıyan ürünlerle fikirlerini yansıtmak için inisiyatif almak. Bu nedenle, medyadan anlayan girişimciler, ürünlerini çevrimiçi satmak için medyayı uygun şekilde kullanabilirler”* görüşü ile bireyin medya okuryazarlığı becerisi medya araçlarını kullanarak girişimcilik becerisi ile üretilen ürünün pazarlama arasında bir ilişki kurulduğu görülmektedir.

Medya okuryazarlığı ve girişimcilik becerilerinin ortak bir özelliği olarak; iki beceride, teknoloji ile ilgili olması ilişkilendirildiği görülmektedir. Örneğin K5: *“İkisinde teknolojiyle alakalıdır.”* K13: *“İnternet üzerinden bir site, program ve eğitim amaçlı yazı yazmak ve yapmak için harekete geçmek”* K19: *“Bence var medya okuryazarlığı medyada okunan şeyler girişimciliğinde medyada yapabilirsiniz”* K26: *“Araştırmayı, teknoloji, güvenilir bilgi ortam ve medya paylaşım girişimcilikte keşif yenilikler yapılır. Medya okuryazarlığı gelişmiş kişi girişimcilikte ön planda olmasını sağlar”* şeklindeki görüşü ifade ederken, ikisi arasındaki ilişkiyi medya okuryazarlığının girişimcilik becerisini etkilemesi gibi bir ilişki olduğunu göstermektedir. Bir başka ilişkilendirme de girişimcilik, medya kullanımını fırsatları kazanca çevirme yoludur şeklinde yapıldığı görülmektedir. Örneğin: K2 *“doğru medya*

kullanımı fırsatları kazanca çevirme yoludur” K12: “Girişimci insanların medya okuryazarı olması internet üzerinde yeni değerler oluşturabileceği anlamına gelir. Bence insanlar medya yoluyla ulaştıkları bilgiyle ilgili daha doğru analizler yaparak doğru kaynaklara ulaşır bu da girişimciliğin başarı oranını yükseltir.” Sözleriyle girişimci bireyin başarılı olmasında medya okuryazarlık becerisinin kullanması arasında bir bağlantı kurulduğu görülmektedir.

Bazı öğrencilere göre de medya okuryazarlığı düşünceyi biçimlendirir, girişimcilik ise yeni üretim değeri oluşturma noktasında ilişki olduğu görüşünü belirlemektedir. Örneğin K28: *“Görsel ve yazılı medya haber, reklam, dizi ve film ile insanları tüketim yapması ve ne tüketmesi gerektiğini empoze ediyor. Girişimci medyayı takip ederek hali hazırdaki ve ilerde olabilecek müşteri potansiyeli ve pazar payına göre iş fırsatlarını takip edilebilir”* yine K10: *“Medya, bireylerin dünyayı nasıl algıladıklarını şekillendirir ve kontrol eder. Girişimcilik, ekonomik mal ve hizmetlerin üretimi için üretim faktörlerini bir araya getirerek ekonomik fırsatın yeni değere dönüştürüldüğü organizasyonların yaratılmasıdır”* şeklindeki görüşleriyle medyanın insanları tüketime yönlendirdiği ve bundan girişimcinin eylemini gerçekleştirmesinde yol göstermek gibi ilişkisi olabileceğini göstermektedir.

Öğrencilere göre de iki beceride özgüven, bilgi ve başarıyı yönünde ilişkili olarak görülmektedir. Örneğin K16: *“Bence özgüven bilgi ve başarı yönünden ilişkili ve televizyon, radyo, dergi, gazete vs. gibi kaynakları kullanmayan yani kısacası medya okuryazarı olmayan bir kimsede iyi bir girişimcide olması gereken belirgin özellikler görülmez”* K20: *“İkisi de başarıya bağlıdır. Medya okuryazarlığında doğru kaynaklara ulaşmak ya da ulaştırmak için girişimcilik yapmayı”* şeklindeki görüşleriyle medya okuryazarlığı ile girişimcilik arasında ortak özellikler olduğunu göstermektedir. İki beceride sosyalleşme ve eğitimle ilgili olduğunu görülmektedir. Örneğin K21: *“Aralarında nasıl bir ilişki vardır medya sosyalleşme aracılığıyla mesela Instagram, Whatsapp’ ta da var. Zaten mesaj yeri aynısı Instagram’da var orası da bir sosyalleşme ama galiba Girişimcilik, eğitim, proje vb. şeyler”* sözleriyle medyanın sosyalleşme ortamı olduğu, girişimciliğin eğitim, proje ile ilgili olduğu ve bireylerin bu ortamlarda sosyalleşme ve eğitim bakımından ilişkilendirdiği görülmektedir. Yine K7: *“İkisi de araştırmacı ve cesaretli olmayı gerektirir”* görüşünü belirtmektedir. K9: *“Medya okuryazarlığı ve girişimcilik becerisi, ikisi de*

düşünebilmeyi gerektirir” şeklindeki bu iki görüş ile öğrencilerin medya okuryazarlığı ve girişimcilik becerilerin ortak yönlerine vurgu yaptığı görülmektedir.

K14: “*Girişimcilik ile hevesli her şeye katılmak isteyen demek, medya okuryazarlığına ise spiker gazeteci yani medyaya ilgisi olan demiştim bu iki kelimenin anlamında ilgi anlamı var*” şeklindeki görüşü ile girişimcilik karakteristik bir özellik iken medya okuryazarlığı mesleklerle ilgili olması yönünden ilişkilendirdiği görülmektedir.

3.2.4. Ortaokul Öğrencilerinin Görüşlerine Göre Medya Okuryazarlığı Olan Bireyin Sahip Olması Gereken Özellikler Nelerdir? Sorusuna İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan ortaokul öğrencilerine göre olan medya okuryazarı bireyin sahip olması gereken özelliklerin neler olduğu Tablo 42’de yer verilmiştir.

Tablo 42. Medya okuryazarı olan bireyin sahip olması gereken özelliklerin neler olduğuna ilişkin öğrenci görüşleri

Tema	Alt Tema	Katılımcı	f
Medya Okuryazarlığı Olan Bireyin Özellikleri	Araştırmacı olmalı	K1,K15,K16,K17,K20,K22, K27,K29,K30	9
	Bilinçli olmalı	K1,K2, K10, K11,K12, K19, K21,K22	8
	Kitle iletişim araçlarını iyi kullanabilmeli	K13, K14, K19, K20 K28, K30	6
	Girişken olmalı	K3, K18, K25, K26	4
	Gündemi takip etmeli	K3, K22, K25, K27	4
	Çok yönlü düşünebilmeli	K2, K4, K5, K30	4
	Medya diline hâkim olmalı	K7, K9, K12, K16	4
	Medya mesajlarını anlamalı	K1, K28, K30	3
	Medya mesajlarını değerlendirebilme ve iletebilmeli	K6, K8, K29	3
	Eleştirel düşünebilmeli	K11, K17, K29	3
	Meraklı olmalı	K16, K24,	2
	Girişimci olmalı	K19, K29	2
	Türkçeyi iyi kullanabilmeli	K14, K23	1
	Özgüvenli olmalı	K20	1
	Üretken olmalı	K28	1

Tablo 42’ e göre, Ortaokul öğrencilerinin görüşlerine göre medya okuryazarlığı olan bireyin sahip olması gereken özellikleri şöyle ifade etmişlerdir. Birey araştırmacı

olmalı (f:9), bilinçli olmalı (f:8), kitle iletişim araçlarını iyi kullanabilmeli (f:6), girişken olmalı (f:4), gündemi takip etmeli (f:4), Çok yönlü düşünebilmeli (f:4), Medya diline hâkim olmalı (f:4), Medya mesajlarını anlamalı (f:4) şeklinde sıralanmaktadır. Buna ek olarak, Medya mesajlarını değerlendirebilme ve iletebilme (f:3), Eleştirel düşünebilmeli (f:3), Meraklı olmalı (f:2), girişimci olmalı (f:2), Türkçeyi iyi kullanabilmeli (f:2), özgüvenli olmalı (f:1), Üretken olmalı (f:1) gibi özellikleri ifade ettikleri görülmektedir.

Öğrencilerin nitel dördüncü araştırma sorusuna verdikleri cevaplara ait örnek ifadeler şöyle: Öğrencilerin çoğu medya okuryazarlığı olan bireyin araştırmacı özelliğe sahip olması gerektiği önerdiği görülmektedir. Örneğin K30: “*Araştırmacı olmalı, reklamlara inanmalı*” K29 “*gerçek ilgi bulmak için araştırma yapmalı, gerçekçi ve tarafsız olmalı*” şeklindeki ifadelerde bireyin her gördüğü şeye inanmaması, bunun içinde araştırma yapması gerektiği gibi görüşü belirtilmektedir.

Öğrencilerin kimi de medya okuryazarlığı olan birey medya konusunda bilinçli olmalı gibi bir özelliğe vurguladıkları görülmektedir. Örneğin K2: “*Olumlu ya da olumsuz her ne varsa bunları her yönüyle bilmeli yani girdiğim hangi site zararlı ya da yararlı bunu bilmeliyim*” K10 ise “*medyayı etkin ve bilinçli bireyin kendisine olan faydalarına odaklanarak kullanabilmesidir*” şeklindeki görüşü ifade ederek bireyin medyayı ile ilgili bilinçli olmasını gerektiği vurgusu yapılmıştır.

Bazı öğrencilerde kitle iletişim araçlarını iyi kullanmak gibi bir özelliği vurgu yaptığı görülmektedir. Örneğin K13: “*Araştırmacı, bilgisayar ve yazılım kodlama konusunda bilgi sahibi olmalı ve sürekli bu konularda kendini geliştirmeli, bilgisayar, internet ve sosyal medya gibi araçları iyi kullanması*” şeklinde görüş belirtmektedir.

Öğrencilerin bazıları da medya okuryazarlığı bireyin girişken ve girişimci olması gerektiği yönünde görüş belirlenmiştir. Örneğin K25: “*Girişken hayal kuran olmalı*” K18: “*Girişken olması gerekir çünkü girişken olmaz ise çok utanır konuşamaz kamera karşısına falan çıkamaz*” yine de K19: “*Bilgi birikime sahip girişimci, konuşkan ve tatlı dili olmalı*” görüşüyle girişimci özelliğe vurgu yapıldığı görülmektedir. Ayrıca medya mesajlarını değerlendirebilme ve iletebilme özelliğe sahip olması gereken bir başka görüşte vurgulanmıştır. Örneğin K29: “*Gündemi kendi ideolojisi ve meşrebine uyan kaynaklardan değil bütün kaynaklardan takip edip tarafsızca değerlendirmeli sadece A Haberi takip edersen dünyanın Türkiye’yi*

kıskandığına inanırsın, sadece Halk TV'yi takip edersen ülkenin iflas etmiş ve hiçbir umudu olmadığına inanırsın” şeklindeki görüşü ifade ederken, tarafsızca değerlendirebilme özelliği vurgulandığı görülmektedir.

3.2.5. Ortaokul Öğrencilerinin Görüşlerine Göre Girişimci Olan Bireyin Sahip Olması Gereken Özellikler Nelerdir? Sorusuna İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan ortaokul öğrencilerine göre girişimci olan bireyin sahip olması gereken özelliklerin neler olduğu Tablo 43’te yer verilmiştir.

Tablo 43. Girişimci olan bireyin sahip olması gereken özelliklerin neler olduğuna ilişkin öğrenci görüşleri

Tema	Alt Tema	Katılımcı	f
Girişimci Bireyin Özellikleri	Özgüvenli olmalı	K6, K8, K10, K11, K12, K16, K20, K23, K24, K25, K26, K27, K29	13
	Risk alabilmeli	K2, K5, K9, K11, K20, K23, K25, K27, K30	9
	Kararlı olmalı	K8, K10, K11, K12, K14, K26, K28, K30	8
	Yaratıcı olmalı	K4, K10, K11, K12, K14, K17, K26	7
	İstekli ve azimli olmalı	K4, K14, K19, K26, K27, K30	6
	Hayal gücü yüksek olmalı	K3, K4, K11, K15, K21, K29	6
	İletişim becerileri yüksek olmalı	K1, K3, K6, K26, K2, K30	6
	Araştırmacı olmalı	K1, K10, K13, K28	4
	Açık fikirli olmalı	K17, K27, K28, K30	4
	Yenilikçi olmalı	K2, K5, K28	3
	Lider olmalı	K1, K6, K26	3
	Güvenilir olmalı	K16, K22, K30	3
	Cesaretli olmalı	K2, K17, K27	3
	İleri görüşlü olmalı	K7, K21, K18	3
	Meraklı olmalı	K20, K23	2

Tablo 43’e göre, Ortaokul öğrencilerinin görüşlerine göre girişimci bireyin sahip olması gereken özellikler çoğunlukla özgüven olmalı (f:13), risk alabilmeli (f:9), kararlı olmalı (f:8), yaratıcı olmalı (f:7), hayal gücü yüksek olmalı (f:6), iletişimi becerileri güçlü olmalı (f:6), istekli ve azimli olmalı (f:6) şeklinde sıralanmaktadır. Buna ek olarak, açık fikirli olmalı (f:4), araştırmacı olmalı (f:4), yenilikçi olmalı (f:3), güvenilir olmalı (f:3), lider olmalı (f:3), cesaretli olmalı (f:3), ileri görüşlü olmalı (f:3), meraklı olmalı (f:2) gibi özellikleri ifade ettikleri görülmektedir.

Öğrencilerin nitel beşinci araştırma soruna verdikleri cevaplara ait örnek ifadeler şu şekilde yer verilmiştir.

Öğrencilerin çoğunluğu girişimci birey özgüveni yüksek özelliğine sahip olmalı görüşünü belirtmişlerdir. Örneğin K6: “*Girişimci birinin sosyal özgüveni yüksek insanı ilişkilerinde iyi olması lazım*” şeklinde görüşü ifade etmektedir. Yine K20: “*Girişimci meraklı olması, özgüveni yüksek risk almayı bilecek ve çalışmaktan çekinmeyecek birey olması gerekir.*” Görüş belirtmektedir.

Yine 9 öğrenci girişimci, risk alabilme özeliği taşımalı görüşünü belirtmektedir. Örneğin K11: “*Cesur ve risk almayı seven biri olmalıdır*” K20: “*Meraklı olması, özgüveni yüksek risk almayı bilecek ve çalışmaktan çekinmeyecek birey olması gerekir.*” şeklinde görüş ifade etmiştir.

Girişimcinin bir başka özeliği de “kararlı” olma gibi bir özellik sahip olması gerektiği belirlenmiştir. Örneğin K8: “*Girişimci, kendisini iyi ifade edebilmesi gerekir cesur ve kararlı olması gerekir*” şeklinde görüş belirterek girişimcinin birden fazla özellik taşıdığı göstermektedir. K2: “*Bana göre insanın sahip olması gereken diyelim daha 8.sınıftasın spora gidiyorsun onun için spor lisesine gitmen gerekir. Onun içinde çalışman gerekir mesela ben çok küçük yaşta spora gitmek istiyordum o zaman 6,7 yaşlarındaydım ama yolumu yokuşun ortasında bırakmadım sonuna kadar gittim 11 yaşında başladım o da karateydi normalde hocam beni jimnastiğe yönlendirmişti istemedim karateye gittim şimdi büyük bir hayalim var dünya 1.cisi olmaktır*”. Şeklindeki görüşü ile ileri görüşlü, hayalleri peşinden koşan, azim ve kararlı olmak gerektiğini belirtmektedir.

Bazı öğrencilere göre de girişimci, çok konuşan, ikna kabiliyetleri gelişmiş ve iletişim becerileri yüksek olması gerekir. Örneğin; k3 “*konuskan, aktif, her konuda karşısındakini söz ve davranışlarıyla ikna edebilmeli, arkadaşlarımız arasında veya başka insanlarla iletişim iyi olmalı*” görüşünü belirtmiştir. K27: “*Girişimci bir birey bence yeniliklere açık olmalı ve doğru üretim yapmalı her ne alanda olursa olsun*” görüşünde ve K28: “*İyi analiz yapabilmeli, başkalarının fikirlerine önem vermeli ama özellikle olumsuz manada çok etkilenmemeli*” şeklindeki ifadelerde girişimci bireyin açık fikirli olması gerektiği yönünde görüş ortaya çıkmıştır.

K1: “*Lider özeliği olmalı, araştırmacı, güvenilir, yazılım internet gibi alanlarda yeterli bilgiye sahip olmalıdır*” sözleriyle liderlik özeliği taşıması gerektiği

belirtmektedir. K22: “Girişimci bireyin kaliteli ürün ve sağlıklı ürün üretebilmeli ve güvenilir olması lazım” ile K16 “kendine inanıp güvenmesi ve güven sağlaması dürüst olması” şeklindeki görüşleri ifade ederek girişimci bireyin hem kendine hem de başkaları tarafından güvenilir olma özeliğine sahip olması gerektiği belirtilmektedir.

3.2.6. Ortaokul Öğrencilerinin Görüşlerine Göre Medyada Gördükleri, Onları Yeni Fikir Üretmeye Yönlendirdiğini Düşünüyorlar Mı? Sorusuna İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan ortaokul öğrencilerinin görüşlerine göre medyada gördükleri, onları yeni fikir üretmeye nasıl yönlendirdiğine ilişkin öğrenci görüşleri Tablo 44’te yer verilmiştir.

Tablo 44. Ortaokul öğrencilerinin görüşlerine göre medyada gördükleri, onları yeni fikir üretmeye nasıl yönlendirdiğine ilişkin öğrenci görüşleri

Tema	Alt Tema	Katılımcı	f
Medyanın Fikir Üretmeye Etkisi	Araştırma ve yeni bilgiler öğrenmeye yönelik	K1, K3, K5, K6, K8, K10, K11, K17, K19, K20, K26, K27	12
	Yeni fikirler ve tasarımlar geliştirmeye yönelik	K1, K2, K5, K6, K11, K12, K14, K18, K22, K27, K29	11
	Video ve afiş hazırlama ve sunmaya yönelik	K13, K24, K28	3
	Geri dönüşüm projeleri yapmaya yönelik	K9, K14, K25	3
	Eğlendirmeye yönelik	K15, K29	2
	Sanat dallarına yönelik	K4, K16	2
	Spor alanlarına yönelik	K21, K28	2
	Resim yapmaya yönelik	K14, K30	2
	Yemek yapmaya yönelik	K23	1
	Dil öğrenmeye yönelik	K13	1

Tablo 44 incelendiğinde öğrencilerin medyada gördükleri çoğunluğuna göre araştırma ve yeni bilgiler öğrenmeye (f:12) ve yeni fikirler ve tasarımlar geliştirmeye yönelik (f:11) yönünde daha çok yönlendiğini düşünmektedir. Buna ek olarak, video ve afiş hazırlama ve sunmaya yönelik (f:3), geri dönüşüm projeleri yapmaya yönelik (f:3), eğlendirmeye yönelik (f:2), sanat dallarına yönelik (f:2), resim yapmaya yönelik (f:2), yemek yapmaya yönelik (f:1), Dil öğrenmeye yönelik (f:1), şeklinde sıralanan alanlara yönelik yönlendiği görülmektedir.

İnsanlar hem medyada izledikleri, duydukları, okudukları şeylerden etkilenirler hem de medyayı etkileme gücüne sahiptirler. Bu karşılıklı etkilemede

öğrencilerin medyada gördüklerinden nasıl yararlandıkları noktası çok önemli bir unsurdur. Ortaokul öğrencilerin çoğuna göre medyanın iyi yönde yönlendirdiğini düşünmekte olduğu tespit edilmiştir.

Öğrenciler genel olarak medyadan araştırma ve yeni bilgiler öğrenmek yönünde yeni fikirler geliştirme konusunda yararlandıkları belirtmektedir. Örneğin K3: *“Bilmediğim sorularda cevap bulmama yardım ediyor ve sözlük görevi de görüyor”* şeklinde görüşünü açıklamıştır. K8: *“Evet yeni bilgilere sahip olmamızı sağlıyor bu bilgiler hayatımızı yönlendirmemizde yardımcı oluyor”* şeklinde görüşünü belirtmiştir. Yine K17: *“Evet ödevlerimi yaparken fikir alıyorum farklı ne yapabilirim diye üzerinde düşünüyorum”* şeklinde görüşünü ifade ederek ödevleri yaparken medyadan yararlandığını söylemektedir. Aynı görüşte olan K27 ise *“evet yeni fikir üretmeme katkı sağlıyor örneğin araştırmam gereken bir konuda bilgi alabiliyorum”* şeklinde ifade etmiştir.

Bazı öğrencilere göre de medya yeni fikirler ve tasarımlar geliştirmek konusunda yönlendirdiği düşünülmektedir. Örneğin K1: *“Düşünüyorum çünkü güvenli olan sitelerde bilgiler kazanıyorum İlğimi çeken alanlarda etkiliyor. Örneğin kâğıttan uçak yapımında daha nasıl daha iyi yaparım diye örnek videolardan faydalandım”* sözleriyle tasarım yaparken medyanın yönlendirdiğini belirtmektedir. Yine K5: *“Düşünüyorum bizi bilgilere haberlere yönlendiriyor, mesela ilgi alanım olan bisikletime yeni özellikler eklememe fikirler bulabiliyorum”* ifadesini kullanmıştır.

Öğrenciler geri dönüşüm projeleri yapma konusunda medya araçlarından yararlandıklarını ve medyada izledikleri videolarda fikirlerini zenginleştirdiği görüşünü belirtmişlerdir. Örneğin K14: *“Onları izlediğimde aklıma yeni yeni fikirler geliyor. Biten peynir kutularını boyayıp güzel şeylere dönüştürürüm”* şeklindeki ifadesiyle tüketimi biten kutuları atmayı değerlendirme konusunda medyanın yönlendirdiğini düşünmektedir.

Medya, insanları amaçlarına göre yönlendirmekte ve bu amaçlardan biride eğlenmek, hoş vakit geçirmek yönünde olduğu düşünülmektedir. Örneğin K15: *“Aslında iyi yönlendiriyor. Mesela Facebook'ta gezinirken evde sıkılınca yapılabilecek şeyler diye video atmışlardı ve bu bana çok yardımcı oldu. Sıkıldığımda onları yapıyorum veya YouTube'dan en sevdiğim grubun şarkılarını dinliyorum”* şeklinde görüşü ifade etmiştir.

Bazı öğrencilere göre de medya sanat dallarına yönelik yönlendirdiği görüşünde örneğin; K4: *“Kişi istediğini alır ben internetten öğrendiğim bir sanatı denedim geliştirdim ve hastalık sürecinde terapi gibi oldu. Medya ne isterseniz onu veriyor ekside artıda size bağlı”* olduğunu ifade etmektedir. K28 *“evet yönlendiriyor daha çok yabancı ülkelerde popüler olan beğenilen yapılan şeyler özellikle sosyal medya aracılığı ile herkes tarafından takip ediliyor. Daha önce ülkemizde olmayan rafting, ziplene, jumping gibi ekstrem sporların rağbet görmesidir”* şeklinde medyanın ülkemizdeki spor alanında bir yönlendirmenin olduğunu ifade etmektedir.

Bunların dışında dil öğrenmeye, yemek yapmaya, resim yapmaya yönelik alanlara yönlendiği görüşünde olan öğrencilerde vardır. Örneğin K13: *“Bazıları evet, bazıları da saçma ve tehlikeli. Yararlı olarak İngilizce öğrenme programları veya bir Programı nasıl indirebileceğim ilgili videolar. Zararlı ise şişenin içine maytap yakıp koymak hata bunu Türkiye’de deneyen bir grup çocuktan birinin gözünün kör olduğu ile ilgili haberi televizyonda yayınlandı”* görüşüyle medyanın hem olumlu hem de olumsuz yönde yönlendiğini belirtmektedir.

4.TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

4.1. Tartışma ve Sonuç

Bu çalışmada amaç, “Sosyal Bilgiler dersi bağlamında ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeylerinin girişimcilik düzeyleriyle ilişkisini belirlemektir. Bu amaca ulaşabilmek için nicel veriler Aydemir (2013) tarafından geliştirilen “ortaokul medya okuryazarlığı düzey belirleme ölçeği” ve Eroğlu ve vd. (2020) tarafında geliştirilen “ortaokul öğrencilerine yönelik girişimcilik ölçeği” ile nitel veriler ise “yarı yapılandırılmış görüşme formu” araçlarıyla veriler toplanmıştır. Araştırmada toplanan veriler kapsamında ölçeklerin toplam puanları ve ölçeklerin alt faktörlerinden toplam puanları ile ortaokul öğrencilerin demografik özellikleri arasında anlamlı bir farklılaşma olup olmadığı, medya okuryazarlık düzeylerinin girişimcilik düzeyleriyle ilişkisi ile medya okuryazarlık düzeyi girişimcilik düzeyini anlamlı bir yordayıcısı olup olmadığı incelenmiştir.

4.1.1.Araştırmanın Nicel Verilerine İlişkin Tartışma ve Sonuç

4.1.1.1.Sosyal Bilgiler Dersi Bağlamında Ortaokul Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Düzeylerine İlişkin Tartışma ve Sonuç

Yapılan bu çalışma sonucunda ortaokul öğrencilerin medya okuryazarlığı becerilerinin orta düzeyde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Öğrencilerin medya okuryazarlığının alt boyutlarına bakıldığında; anlama, analiz etme ve değerlendirme ile kendi mesajlarını oluşturma düzeylerinin orta olduğu, medyayı bilinçli kullanma ve bilgiyi doğru medya kaynaklarında arama boyutlarının iyi düzeyde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Literatüre incelendiğinde: Ebren Ozan, Kormaz, Çakır ve Bacanak (2016) ortaokul öğrencilerin medya okuryazarlık düzeylerini orta düzeyde olduğunu tespit etmişlerdir. Aslan ve Basel (2016), öğrencilerin medya okuryazarlığını orta düzeyde olduğu sonucuna varmışlardır. Bu sonuçlar mevcut çalışma sonucu ile benzerlik göstermektedir. Aydemir (2013) tarafından yapılan araştırmada ortaokul öğrencilerin medya okuryazarlık düzeylerinin iyi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu çalışmada bulunan sonuçtan farklı olarak Gürkan (2022) lise öğrencilerinde siber zorbalık, akıllı telefon bağımlılığı ve medya okuryazarlığı

ilişkisini incelediği çalışmasında lise öğrencilerinin medya okuryazarlığının yüksek olduğunu belirtmiştir.

Öğrencilerin medya okuryazarlık düzeylerinin cinsiyete göre analizi sonucunda; Sosyal Bilgiler dersi bağlamında ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeylerinde cinsiyete göre anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Cinsiyete bakıldığında kadın öğrencilerin medya okuryazarlığının erkek öğrencilere göre daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Tanrikulu (2019) yüksek lisans çalışmasında kız öğrencilerin erkek öğrencilere göre medya okuryazarlığı düzeylerini daha yüksek bulmuş ve bu sonucun kaynağı olarak kız öğrencilerin medyayı erkek öğrencilere göre daha çok kullanmaları şeklinde yorumlamıştır. Bu sonuç bu araştırmayı destekler niteliktedir. Bu sonuçların tam tersi olarak Yardım (2019) ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlığına ilişkin tutumları adlı araştırmasında erkek öğrencilerin kız öğrencilerden daha yüksek medya okuryazarlığı düzeyine sahip olduğu sonucuna ulaşmıştır. Bu çalışmanın sonuçlarının aksine Hopurcuoğlu ve Akaydın (2016) yaptıkları çalışmada ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlığının cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermediğini bulmuşlardır. Aktı (2011) 8. sınıf öğrencileri ile ilgili araştırmasında cinsiyet değişkenine göre öğrencilerin medya okuryazarlık düzeylerinin farklılaşmadığı sonucuna varmıştır. Yine Ebren Ozan, Kormaz, Çakır ve Bacanak (2016) ortaokul öğrencilerin medya okuryazarlık düzeylerini cinsiyete göre değişmediği tespit edilmiştir. Çinelioğlu (2013) öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeylerinin cinsiyete göre farklılık göstermediğini tespit etmiştir. Yapılan araştırma sonuçları incelendiğinde kimi araştırma sonuçlarında cinsiyet değişkenine göre farklılaşma olduğu kimi araştırma sonuçlarında farklılaşma olmadığı yönünde sonuçlar ortaya çıkmıştır.

Öğrencilerin medya okuryazarlık düzeylerinin sınıf düzeyi göre analizi sonucunda; Sosyal Bilgiler dersi bağlamında ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlığı düzeyleri sınıf düzeyi değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermediği sonucuna varılmıştır. Bu sonucu destekler nitelikte Benzer (2020) ve Karataş (2017) sınıf değişkenine göre farklılık olmadığını tespit etmişlerdir. Yine Hopurcuoğlu ve Akaydın (2016) yapmış oldukları çalışmada medya okuryazarlık dersini almamış 6.sınıf öğrencileri ile dersi almış 8.sınıf düzeyindeki öğrencileri arasında sınıf düzeyine göre medya okuryazarlık düzeyinde anlamlı bir farklılık

göstermediğini bulmuşlardır. Banaz (2017), lise öğrencilerinin medya okuryazarlıkları arasında sınıf değişkenine göre anlamlı bir fark olmadığı sonucuna varmıştır. Bir başka sonuçta Ebren Ozan, Kormaz, Çakır ve Bacanak (2016) 5. ve 6. sınıf öğrencilerinin medya okuryazarlığı düzeyinde anlamlı bir fark bulmuş ve 6. sınıf öğrencilerinin 5. sınıf öğrencilerine göre daha yüksek medya okuryazarlığına sahip olduğu sonucuna varmıştır.

Ortaokul öğrencilerin medya okuryazarlığı düzeylerinin anne eğitim düzeyi değişkenine göre analizi sonucunda; Sosyal Bilgiler dersi bağlamında ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlığı düzeyleri anne eğitim düzeyine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Anne eğitim düzeyi yükseldikçe öğrencilerin medya okuryazarlıklarının da arttığı ortaya çıkmıştır. Benzer şekilde Üztemur ve Avcı (2020) annelerin eğitim düzeyi arttıkça öğrencilerin medya okuryazarlığının da arttığını bulmuşlar ve bu sonucun nedeninin bu konuda bilinçli annelerin, çocukların medya eğitimine duyarlı olmaları gösterilmektedir.

Öğrencilerin medya okuryazarlık düzeylerinin baba düzeyi değişkenine göre analizi sonucunda; Sosyal Bilgiler dersi bağlamında ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlığı düzeyleri babanın eğitim düzeyine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği sonucuna varılmıştır. Baba eğitim düzeyi arttıkça öğrencilerin medya okuryazarlığının da değiştiği tespit edilmiştir. Baba eğitim düzeyi öğrencilerin medya okuryazarlık düzeylerini etkidiği söylenebilir. Bu sonucun elde edilmesinin nedeni babanın bilinçli medya araçların kullanmaları, medya iletilerini doğru anlama ve analiz edebilme becerileri gelişmiş olması ve bu konuda çocuklarını geliştirmeleri konusunda duyarlı olabileceklerinden kaynaklanmış olabilir. Tanrıkulu (2019) 8.sınıf öğrencileri üzerinde yapmış olduğu araştırmada öğrencilerin baba eğitim durumu değişkenine göre medya okuryazarlık düzeylerinin farklılaştığı sonucunu elde etmiştir. Üztemur ve Avcı (2020) yapmış oldukları çalışmada farklılık olduğu bulmuşlar.

Öğrencilerin medya okuryazarlığı düzeylerinin gazete okuma sıklığı değişkenine göre analizi sonucunda: Sosyal Bilgiler dersi bağlamında ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlığı düzeyleri gazete okuma sıklığına göre anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Bu sonuca göre her gün gazete okuyan öğrencinin; hiç okumayan, haftada bir okuyan, ayda bir okuyan ve yılda bir okuyana göre daha yüksek medya okuryazarlığı düzeyinde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yapılan çalışmalarda

benzer sonuçlar Çepni, Palaz ve Aplak (2015) her gün farklı gazete takip etmenin hiç gazete takip etmeyene göre okuryazarlık düzeyinde farklılaşma gösterdiği sonucuna varmıştır. Aydemir (2013) çalışmasında her gün gazete okuyan öğrencinin hiç gazete okumayan öğrenciye göre mesajları anlama, analiz etme ve değerlendirme düzeyi daha yüksek bulunmuştur. Can ve Besler (2018) öğrencilerin haftalık gazete okuma sayıları ile medya okuryazarlık düzeyleri arasında pozitif ve orta düzeyde anlamlı bir ilişki bulmuşlardır. Yardım (2019) tarafından yapılan araştırma sonucunda her gün gazete alan öğrencilerin medya okuryazarlıklarının her gün almayan öğrencilere göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Yılmaz ve Aladağ (2015) yaptıkları çalışmada gazete ve dergi takibi ile medya okuryazarlığı düzeyi arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna varmışlardır. Mevcut sonuçlar her gün gazete okumanın öğrencilerin gündemi takip etme, farkındalık, dil becerilerin gelişmesi, eleştirel düşünebilme, bilgiye erişim, analiz ve değerlendirme becerilerin gelişmesiyle medya okuryazarlık düzeylerinin gelişmesinde olumlu yönde etkili olduğu söylenebilir.

Ortaokul öğrencilerin medya okuryazarlığı düzeylerinin internet kullanma sıklığı değişkenine göre analizi sonucunda; Sosyal Bilgiler dersi bağlamında ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlığı düzeyleri internet kullanma sıklığına göre anlamlı bir farklılık gösterdiği sonucuna varılmıştır. Bu sonuca göre günde 0-2 saat arasında internet kullanan ile günde 3-4 saat arasında kullanan, günde 5-6 saat arasında kullanan ve günde 6 saatten fazla kullanan arasında anlamlı bir farklılık görülmüştür. Bu sonuca göre internet kullanma sıklığı azaldıkça öğrencilerin medya okuryazarlığı düzeyi yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Karaman ve Karataş (2009) ise bu çalışmanın sonuçlarının aksine öğretmen adaylarının haftalık internet kullanımları arttıkça medya okuryazarlıklarının da arttığını bulmuşlardır. Aktı (2011) çalışmasında medya okuryazarlık düzeyinin internet kullanma süresi arasında anlamlı bir farklılık olmadığı sonucunu tespit etmiştir.

Araştırmanın sonucuna göre ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeyleri televizyon izleme sıklığı değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Öğrencilerin televizyon izleme süresi azaldıkça öğrencinin medya okuryazarlığı düzeyinin yüksek çıktığı tespit edilmiştir. Bu sonuca göre televizyon izlemeyen öğrencinin günde 3 saat, 4 saat, 5 saat ve üstünde izleyene göre daha yüksek medya okuryazarlığı düzeyine sahiptir. Karaman ve Karataş (2009)

araştırmasında öğretmen adaylarının haftalık TV izleme sıklığı 10-20 saat arasında izleyen öğretmen adayların medya okuryazarlık düzeyleri yüksek daha yüksek olduğunu bulgusunu bulmuşlardır. Mevcut araştırma sonucundan farklı olarak (Aktı, 2011; Karataş, 2017) çalışmalarında öğrencilerin televizyon izleme sıklığı ile medya okuryazarlığı düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık olmadığını sonucunu bulmuşlardır. Benzer bir sonuçta Can ve Besler (2018) tarafından yapılan çalışmada öğrencilerin gün içerisinde televizyon izleme sıklığı ile medya okuryazarlık düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık olmadığı ve öğrencilerin TV izleme süresinin medya okuryazarlık düzeyine, bilgiye erişim, analiz, değerlendirme, üretim ve izlenen medya içerikleri üzerinde etkili olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Mevcut çalışma sonucuna göre televizyon izleme sıklığı değişkenin ortaokul öğrencilerin medya okuryazarlık düzeyleri üzerinde etkili bir değişken olduğu ortaya çıkmıştır.

Araştırmanın ailenin toplam gelir değişkeni ele alındığında ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeylerinin ailenin toplam aylık geliri değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Öğrencilerin ailesinin aylık geliri artıkça istatistiksel olarak medya okuryazarlığı düzeylerinin de yüksek çıktığı sonucu bulunmuştur. Bu sonuç ekonomik bütçenin medya okuryazarlığı düzeyinde etken olduğu söylenebilir. Bu araştırma sonucuyla çelişen sonuç olarak Çepni, Palaz ve Ablak (2015) tarafından yapılan çalışmada öğretmen adaylarının ailenin toplam aylık geliri ile medya okuryazarlık düzeyleri arasında bir farklılaşma olmadığı tespit etmişler ve bunun gerekçesi olarak üniversitelerin kütüphanelerde sağladığı olanaklar olduğu düşünülmektedir. Ailenin gelir düzeyin medya okuryazarlık düzeyi üzerinde artıcı bir etkisini olmasının sebebi ailenin çocuklara daha çok medya araçları sunma olanağı olmuş olabilir.

Sonuç olarak; ortaokul öğrencilerin medya okuryazarlığı becerilerinin orta düzeyde olduğu; medya okuryazarlık düzeylerinin cinsiyet, anne ve baba eğitim durumu, gazete okuma sıklığı, internet kullanma sıklığı, televizyon izleme sıklığı ve ailenin aylık geliri değişkenlerine göre anlamlı bir farklılaşma olduğu fakat sınıf değişkenine göre anlamlı bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

4.1.1.2. Sosyal Bilgiler Dersi Bağlamında Ortaokul Öğrencilerinin Girişimcilik Düzeylerine İlişkin Tartışma ve Sonuç

Yapılan araştırma sonucunda, ortaokul öğrencilerin girişimcilik becerilerinin yüksek düzeyde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bunun yanında öğrencilerin girişimcilik becerilerinin alt boyutlarına bakıldığında; özfarkındalık düzeylerinin yüksek olduğu, risk alma düzeyleri orta olduğu, fırsatları değerlendirme düzeyleri yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Eroğlu ve Deveci (2021) ortaokul öğrencilerin girişimcilik düzeylerini yüksek olduğunu tespit etmişlerdir. Demir, Karataş ve Metin (2021) yapmış oldukları çalışmada ortaokul öğretmenlerinin girişimcilik düzeylerinin yüksek düzeyde olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Keleş (2021) yapmış olduğu çalışmada öğretmen adayların girişimcilik düzeylerinin yüksek bulmuştur

Çalışmanın demografik değişkenlerine göre öğrencilerin girişimcilik düzeylerin cinsiyet açısından analizi sonucunda; Sosyal Bilgiler dersi bağlamında ortaokul öğrencilerinin girişimcilik düzeyleri cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç, kadın öğrencilerin erkek öğrenciler ile girişimcilik düzeyleri benzer özellikler göstermektedir. Eroğlu ve Deveci (2021) ortaokul öğrencilerin girişimcilik düzeylerinin cinsiyet değişkenine göre farklılık göstermediğini sonucunu bulmuşlardır. Çalışır (2019) yapmış olduğu çalışmada ortaokul öğrencilerin cinsiyete göre girişimcilik yeterliliklerinin farklılaşma göstermediğini tespit etmiştir. Yine Sarı ve Katrancı (2021) ilkokul dördüncü sınıf öğrencilerin cinsiyete göre girişimcilik eğilimleri arasında anlamlı bir fark olmadığını bulmuştur. Tüysüz ve Kılıç (2022) öğrencilerin cinsiyet değişkenine göre fen tabanlı girişimcilik düzeyleri arasında farklılık olmadığı sonucuna ulaşmışlardır. Yine Göksel ve Ulucan (2019) cinsiyetin girişimcilik eğilimi üzerinde etkili olmadığını gösteren bir sonuç elde etmişlerdir. Bu sonuçlar mevcut araştırma sonucu ile benzerlik göstermektedir. Toker (2022) Ortaöğretim öğrencilerinin girişimcilik becerilerinin cinsiyet değişkenlerine göre farklılaştığını, erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre daha yüksek olduğunu bulmuştur. Mevcut araştırmalar, cinsiyet değişkeninin girişimcilik düzeylerinde farklılık göstermediğini, çünkü günümüz kadınlarının iş hayatında erkekler kadar aktif olmayı istemelerinden kaynaklanmış olabilir.

Öğrencilerin girişimcilik düzeylerin sınıf düzeyi değişkenine göre analizi sonucunda; Sosyal Bilgiler dersi bağlamında ortaokul öğrencilerinin girişimcilik

düzeyleri sınıf düzeyi değişkenine göre farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. 5. sınıf düzeyindeki öğrencilerin girişimcilik düzeyleri 6 ve 7 sınıf düzeyindeki öğrencilerin girişimcilik düzeyine göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Tüysüz ve Kılıç (2022) yapmış oldukları çalışmada öğrencilerin girişimcilik düzeylerinin sınıf değişkenine göre farklılaştığı ve bu farklılaşma 5. sınıf ve 6. sınıf düzeyindeki öğrencilerin 8. sınıf öğrencilerine göre fen tabanlı girişimcilik düzeylerinin daha yüksek çıktığı sonucuna varmışlardır. 5. sınıf öğrencilerin girişimcilik düzeyinin 6. ve 7. sınıf düzeyinden yüksek olmasının gerekçesi olarak öğrencilerin üst sınıflarda daha çok akademik olarak sınava yönelik çalışmalara yönlendirmeye çalışması gösterilebilir.

Öğrencilerin girişimcilik düzeylerinin annelerinin eğitim düzeyi değişkenine göre yapılan analiz sonucunda; Sosyal Bilgiler dersi bağlamında ortaokul öğrencilerinin girişimcilik düzeyleri anne eğitim düzeyine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Annenin eğitim düzeyi yükseldikçe öğrencilerin girişimcilik düzeylerinin yüksek çıktığı sonucu bulunmuştur. Bu bağlamda öğrencilerin girişimcilik düzeyi ile annenin eğitim düzeyi arasında paralel özellik olduğu söylenebilir. Çalışır (2019) tarafından yapılan araştırmada ortaokul öğrencilerinin anne eğitim durumu değişkenine göre girişimcilik yeterlilikleri arasında anlamlı bir farklılık olmadığı sonucunu bulmuştur. Fakat aynı çalışmada annenin eğitim durumu lisansüstü olanın girişimcilik yeterliği ortalama olarak en yüksek olduğu ortalama olarak en düşük girişimcilik yeterliğine sahip olan öğrencinin anne eğitim durumu ilkökullü olduğu sonucunu da bulmuştur. Karakuş (2019) öğretmen adaylarının Anne eğitim düzeyi ile bireysel girişimcilik algıları arasında farklılık görünmemiştir.

Öğrencilerin girişimcilik düzeylerinin baba eğitim düzeyi değişkenine göre analizi sonucunda; Sosyal Bilgiler dersi bağlamında ortaokul öğrencilerinin girişimcilik düzeyleri baba eğitim düzeyine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Babanın eğitim düzeyi yükseldikçe öğrencilerin girişimcilik düzeylerinin yüksek çıktığı görülmüştür. Özel (2018) baba eğitim düzeyi yükseldikçe öğrencilerin medya okuryazarlık düzey algıları yüksek olduğu sonucu bulunmuştur. Karakuş (2019) öğretmen adayları ile yapmış olduğu çalışmada öğretmen adayları baba eğitim düzeyleriyle bireysel girişimcilik düzeyleri farklılık göstermektedir.

Literatürde bu araştırma sonucunda farklı sonuçların da olduğu görülmektedir. Çalışır (2019) tarafından yapılan bir araştırma, ortaokul öğrencilerinin girişimcilik becerilerinin baba eğitim durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermediğini ortaya koymuştur.

Araştırmanın gazete okuma sıklığı değişkenine bakıldığında; Sosyal Bilgiler dersi bağlamında ortaokul öğrencilerinin girişimcilik düzeyleri gazete okuma sıklığına göre anlamlı bir farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuca göre her gün gazete okuyan öğrencinin; hiç okumayan, haftada bir okuyan, ayda bir okuyana göre daha yüksek girişimcilik düzeyinde olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Gazeteyi yılda bir kez okuyanların hiç okumayanlara göre girişimcilik düzeylerinin daha yüksek olduğu görülmektedir.

Öğrencilerin girişimcilik düzeylerinin internet kullanma sıklığı değişkeni analizi sonucunda; Sosyal Bilgiler dersi bağlamında ortaokul öğrencilerinin girişimcilik düzeyleri internet kullanma sıklığına göre anlamlı bir farklılık olmadığı sonucuna varılmıştır. Bu sonuca göre öğrencilerin girişimcilik düzeyleri benzer özellik göstermekte olduğu söylenebilir. Bu sonucun olması günümüz şartlarında hemen hemen her öğrencinin evinde, okulunda interneti kullanabilme olanağına sahip olması olabilir. Ayrıca araştırmanın uygulandığı tarihlerde COVID-19 salgını nedeniyle öğrencilerin günün büyük kısmını internet üzerinden derslere katılmış olmasından da kaynaklanmış olabilir.

Sosyal Bilgiler dersi bağlamında ortaokul öğrencilerinin girişimcilik düzeyleri televizyon izleme sıklığına göre anlamlı bir farklılık olmadığı ortaya çıkmıştır. Bu sonuç televizyon izleme sıklığı değişkeninin girişimcilik düzeyi üzerinde etkili olmadığını göstermektedir.

Ortaokul öğrencilerin girişimcilik düzeyleri ailenin toplam aylık geliri değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Öğrencilerin ailesinin aylık geliri arttıkça öğrencilerin girişimcilik düzeylerinin de yüksek çıktığı sonucunu göstermektedir. Bu sonuç öğrencinin girişimcilik düzeyinin gelişmesinde ailenin sahip olduğu ekonomik gelirin az da olsa etken olduğu söylenebilir. Bu çalışma sonuçlarıyla paralel sonuçlar Çalışır (2019) tarafından yapılan çalışmada öğrencilerin ailenin aylık geliri değişkenine göre girişimcilik düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur ve ailenin aylık geliri arttıkça öğrencilerin girişimcilik

düzeylerinin yüksek çıkmıştır. Yine Pay ve Akay (2015) öğrencilerin girişimcilik düzeylerini yüksek bulmuş ve öğrencilerin girişimcilik düzeyleri üzerinde tek etken değişken olarak ailenin aylık geliri olduğunu tespit etmiştir. Özman (2013) yapmış olduğu çalışmada öğrencilerin ailenin aylık geliri artıkça girişimcilik düzeylerinde artış olduğu gözlenmiş ancak belli bir düzeye kadar aile aylık geliri girişimcilik düzeyinde etkili olduğu yani orta düzeyde aylık gelire sahip olan öğrencinin düşük ve yüksek düzey aile gelire göre girişimcilik düzeyi daha yüksek çıkmıştır. Bu sonucun ortaya çıkmasının gerekçesi olarak; düşük aile gelirine sahip olan öğrencinin yetersiz maddi gelirin olması, yüksek aile gelirine sahip olan öğrencinin yeterli maddi imkânlarla sahip olması nedeniyle girişimci olmaya yönelmemesi girişimcilik düzeylerinin düşük çıkmasında etkili olmuş olabileceği görüşündedir.

Aile toplam aylık geliri 10.000 TL ve üstüne sahip olan ortaokul öğrencisinin girişimcilik düzeyinin yüksek çıkmasının gerekçesi olarak yüksek gelire sahip ailelerin çocuklarına sunduğu her türlü sosyal aktivite, eğitim, öğretim, teknolojik ve ekonomik olanaklar sayesinde çocukların günlük yaşamda daha aktif yaşantılar geçirerek girişimci olmaya yönlendireceği düşünülebilir.

Sonuç olarak; ortaokul öğrencilerin girişimcilik becerilerinin yüksek düzeyde olduğu; girişimcilik düzeylerinin sınıf düzeyi, anne ve baba eğitim durumu, gazete okuma sıklığı ve ailenin aylık geliri değişkenlerine göre anlamlı bir farklılaşma olduğu fakat cinsiyet, internet kullanma sıklığı ve televizyon izleme sıklığı değişkenine göre anlamlı bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

4.1.1.3. Sosyal Bilgiler Dersi Bağlamında Ortaokul Öğrencilerin Medya Okuryazarlık Düzeyleri İle Girişimcilik Düzeyleri Arasındaki İlişkiye Yönelik Tartışma ve Sonuç

Sosyal Bilgiler dersi bağlamında ortaokul öğrencilerin medya okuryazarlık düzeyleri ile girişimcilik düzeyleri arasında pozitif yönde orta düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Medya okuryazarlık alt boyutları ile girişimcilik alt boyutları arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Medya okuryazarlık ile girişimcilik alt boyutlarında arasında en yüksek ilişki medyayı bilinçli kullanma ile öz farkındalık arasında en düşük ilişki ise kendi mesajlarını oluşturma ile risk alma boyutları arasında olduğu görülmektedir. Bu bağlamda ortaokul öğrencilerin medya

okuryazarlık düzeyleri artıkça girişimcilik düzeyleri de artmakta olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Medya okuryazarlığı becerisi iyi olan öğrencinin girişimcilik becerisi de iyi olabileceği görüşü ifade edilebilir.

Medya okuryazarlığının girişimcilik üzerindeki etkisinin incelenmesi sonucunda; Sosyal Bilgiler dersi bağlamında ortaokul öğrencilerin, medya okuryazarlık düzeyleri girişimcilik düzeylerini anlamlı ölçüde yordayıcısı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Beta kat sayısına bakıldığında medya okuryazarlık değişkenin girişimcilik üzerindeki etkisi %21 oranında bulunmuştur.

Alanyazın incelendiğinde doğrudan medya okuryazarlık ile girişimcilik arasındaki ilişkiyi inceleyen araştırmalara rastlanmamaktadır. Bu çalışmanın ilk olmasından dolayı alanyazına önemli katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ancak bu iki beceriyi ayrı ayrı başka becerilerle ilişkisini inceleyen çalışmalar bulunmaktadır. Aktı (2011) araştırmasında medya okuryazarlığı ile sosyal beceri düzeyleri arasındaki ilişkiyi incelemiş ve araştırma sonucunda; medya okuryazarlığı ile sosyal beceri arasında anlamlı bir ilişki olmadı sonucuna ulaşmıştır. Yıldız, Demir ve Fırat (2020) yapmış oldukları çalışmada girişimcilik niyeti cinsiyete, sosyal medyada girişimci arkadaş çevresine sahip olma ve girişimcilikle ilgili yapılan paylaşımlara denk sıklığına göre farklılık göstermekte olduğu sonucu elde edilmiştir.

4.1.2. Araştırmanın Nitel Verilerine İlişkin Tartışma ve Sonuç

Bu araştırmanın amacı, Sosyal Bilgiler dersi bağlamında ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeylerinin girişimcilik düzeyleriyle ilişkisini belirlemektir. Bu amaç doğrultusunda nicel veri sonuçlarını detaylı açıklamak ve desteklemek amacıyla; ortaokul öğrencilerine görüşme soruları sorulmuş elde edilen sonuçlar literatür ile desteklenerek tartışılmış ve yorumlanmıştır. Araştırmada Rize Merkez, Çayeli ve Ardeşen okullarından 5, 6, 7. sınıf düzeyinde nicel veri toplama araçlarını uygulayan öğrencilerden rastgele seçilen 30 öğrenci ile görüşmeler çevrimiçi yapılmıştır. Öğrencilere 6 soru sorulmuştur. Görüşme sorularına verilen cevaplara ait elde edilen sonuçlar aşağıda yer verilmiştir.

Ortaokul öğrencilerine göre medya okuryazarlığı kavramının sırasıyla; araştırma yapma, bilinçli medya kullanma, gündemi takip etme, medya mesajlarını doğru anlama, iletişim sağlama, medya iletilerini üretme ve paylaşma, medyayı

tanıma, medya mesajlarına erişim, medya mesajlarına doğru analiz etme, akıllı işaretler, yeni bir meslek şeklinde sıralanan kavramları ifade ettikleri sonucuna ulaşılmıştır. Öğrencilere medya okuryazarlığı kavramı en çok güvenli bilgi ortamlarında araştırma yapmak ve bilgi edinme olduğuna ilişkin vurgu tespit edilmiştir. Literatürde mevcut çalışma sonucuna benzer sonuçlarda ortaya çıktığı görülmektedir. Karataş (2017) öğretmen adaylarına medya okuryazarlığını kavramın nasıl tanımlarsınız? Sorusuna öğretmen adayların sırasıyla verdikleri cevaplar farkındalık, çözümleme, yorumlama, bilinçli ve doğru medya kullanımı, eleştirel bakış ve değerlendirme şeklinde tanımladıkları ortaya çıkmış ve medya üretim aşamasına değinmediklerine vurgu yapmaktadır. Kaya (2020) çalışmasında 21.yüzyıl becerileri kapsamında öğretmen adaylarının medya okuryazarlığı becerisini sırasıyla *mesajları doğru analiz etme, sorgulama, seçim yapma, gündemi takip etme, bilgiye erişime ve iletişim kurma* şeklinde kodladıkları tespit edilmiştir. Aynı zamanda öğretmen adayların medya okuryazarlığını en çok mesajları doğru bir şekilde analiz etme ve sorgulama becerisiyle; en az bilgiye iletişime erişim ile ilişkilendirdikleri sonucuna ulaşmıştır. Deveci ve Çengelci (2008) öğretmenlerin, medya okuryazarlığı kavramına ilişkin gündemi takip etme, haberleri yorumlama, haberlerden sonuç çıkarma, mesajı algılama, televizyon ve gazete haberlerini seçici bir şekilde izleme gibi ifadelerde bulundukları sonucunu elde etmişlerdir. Bu bulgular mevcut araştırma sonucunu destekler niteliktedir. Bu çalışmada öğrencilerin medya okuryazarlığı kavramına ilişkin yaptıkları açıklamaların alan yazında yer alan medya okuryazarlığı tanımlarıyla tutarlı olduğu ifade edilebilir.

Girişimcilik kavramına ilişkin ortaokul öğrencilerinin görüşleri incelendiğinde sırasıyla; risk alma, yeni iş alanları oluşturma, başarılı olma, yeni bir meslek, fırsatları değerlendirme, özgüvenli olma, yeni bir ürün ortaya çıkarma, ileri görüşlü olup geleceği planlama, farklı bakış açısı, araştırma ve proje, kadın girişimci gibi görüşleri olduğu ortaya çıkmıştır. Öğrencilerin büyük çoğunluğunun girişimcilik kavramının risk alma ile ilgili olduğunu ve en az kadın girişimcilerle ilgili bir kavram olduğunu ifade ettikleri tespit edilmiştir. Çelik (2019) öğretmen adayları ile ilgili yapmış olduğu çalışmada öğretmen adaylarının girişimcilik kavramını; aktif olma, cesaretli olma, fırsatları değerlendirme, kendini yetiştirme, ticari ruh, ihtiyaçları görme ve yeni şeyler yapma şeklinde görüş ifade ettiklerini tespit etmiştir. Bunun yanında öğretmen

adaylarının bazıları girişimcilik kavramını ekonomik olarak ele aldığı bazılarının hem ekonomik ve sosyal olarak gördükleri belirtmektedir.

Ortaokul öğrencilerinin, medya okuryazarlığı ile girişimcilik becerisi arasında bir ilişkinin olduğu yönünde görüş belirtmişlerdir. Öğrencilerin iki beceri arasındaki ilişkiye ilişkin görüşlerine bakıldığında benzer ve farklı yönlere vurgu yaptıkları ortaya çıkmıştır. Bu sonuca göre medya okuryazarlığı, araştırmak, medyada sunmak, düşünceyi biçimlendirmek ve yeni bir meslek olması öte yandan girişimcilik ise uygulama yapmak, girişimci bireyin bilgi toplaması, yeni üretim değeri oluşturmak, girişimcilik karakteristik bir özellik olması bakımında ilişkinin farklı yönlerini vurguladıkları tespit edilmiştir. Teknoloji, özgüven, bilgi ve başarı, sosyalleşme, eğitim, araştırma, cesaret ve düşünme açısından medya okuryazarlığı ile girişimcilik becerileri arasındaki benzer ilişkilerin altını çizdikleri sonucuna varılmıştır.

Öğrencilerin görüşlerine göre medya okuryazarlığı olan bireyin sahip olması gereken özellikler; araştırmacı olmalı, bilinçli olmalı, kitle iletişim araçlarını iyi kullanmalı, girişken olmalı, bununla birlikte gündemi takip etmeli, çok yönlü düşünebilmeli, medya diline hâkim olmalı, mesajlarını anlamalı özelliklerine sahip olması gerektiğini ifade ettikleri sonuncuna ulaşılmıştır. Öğrenciler medya okuryazarlığı kavramına ilişkin belirttikleri görüşleri ile medya okuryazarlığı olan bireyin özellikleri ile ilgili görüşleri tutarlılık gösterdiği görülmektedir. Medya okuryazarlığı olan birey medyayı bilinçli olarak kullanmakta ve medyaya yönelik olumlu ve eleştirel yapılar sergilemektedir (Kurt ve Kürüm, 2010).

Bu çalışma sonucunda girişimci olan bireyin sahip olması gereken özelliklere bakıldığında ortaokul öğrencilerinin birden fazla girişimci özelliğine vurgu yapmış oldukları görülmektedir. Ortaokul öğrencilerin görüşleri sonucunda belirlenen girişimci birey özellikleri; özgüven olmalı, risk alabilmeli, kararlı olmalı, yaratıcı olmalı, hayal gücü yüksek olmalı, iletişimi becerileri güçlü olmalı, istekli ve azimli olmalı, açık fikirli olmalı, araştırmacı olmalı, yenilikçi olmalı, güvenilir olmalı, lider olmalı, cesaretli olmalı, ileri görüşlü olmalı, meraklı olmalı şeklinde sıralanmaktadır. Sıralan bu özellikler içerisinde araştırmaya katılan öğrenciler en çok girişimci olan bireyin sahip olması gereken özgüven olmalı özelliğini vurguladığı en az meraklı olmalı özelliğini vurguladıkları tespit edilmiştir. Çelik (2019) araştırmasında öğretmen adayları girişimci birey özelliklerini şu şekilde sıralamışlar; yeteneklerini fark edebilen,

cesur, ihtiyaçlarının farkında olan, bilgiye erişmeyi bilen, bilgili, özgüvenli, mesleğini seven, ileri görüşlü, iletişim kurabilen, iş etiği olan, mücadeleci, dürüstlük, geleceği planlayabilen, teknolojik bilgi birikimine sahip, atılgan ve üretici olma şeklinde ifade ettikleri sonucuna ulaşmıştır. Bu sonuçlar mevcut çalışma ile örtüşen yanları olduğu göstermektedir.

Araştırmaya katılan ortaokul öğrencilerinin medyanın kendilerini yeni fikirler üretmeye yönlendirdiği yönünde bir algıya sahip oldukları sonucuna varılmıştır. Medyanın bu yönlendirmesine ilişkin öğrencilerin örnek verdikleri cevaplar temalar şeklinde düzenlenmiştir. Öğrenciler medyanın, araştırma ve yeni bilgiler öğrenmeye yönelik, yeni fikirler ve tasarımlar geliştirmeye yönelik, video ve afiş hazırlama ve sunmaya yönelik, geri dönüşüm projeleri yapmaya yönelik, eğlendirmeye yönelik, sanat dallarına yönelik, resim yapmaya yönelik, yemek yapmaya yönelik, dil öğrenmeye yönelik medyanın yönlendirdiği düşüncesinde oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Bostancı (2010) çalışmasında öğrencilerin sosyal medyayı kullanım amaçları arasında sırasıyla; arkadaşlarıyla iletişim kurma, bilgiye erişim ve akademi bilgi paylaşımı amacıyla medyayı kullandıkları tespit etmiştir. Ay (2010) yaptığı çalışmada ilköğretim öğrencilerinin büyük kısmı medya ürünlerinden yararlanmanın çok faydalı olduğuna ilişkin görüş belirttiklerini ayrıca medyanın; kütüphaneden yararlanmaya, çevre sorunları hakkında bilgi edinmek için faydalı olduğu, çevre bilincini artırdığı, ilgi çekici olduğu, araştırma becerilerinin gelişimini desteklediği yönünde medyanın olumlu yönüne vurgu yaptıkları sonuca ulaşılmıştır. Bu sonuçlar mevcut çalışmanın sonuçlarını desteklemektedir.

4.2.Öneriler

Araştırmanın bu bölümünde elde edilen sonuçlar doğrultusunda, medya okuryazarlığı ve girişimcilik ile ilgili hem çeşitli alanlarda hem de Sosyal Bilgiler dersi kapsamında yapılacak medya okuryazarlığı ve girişimcilik ile ilgili araştırma önerilerinde bulunulmuştur.

- ✓ Bu araştırma sonuçlarına göre, ortaokul kadın ve erkek öğrencileri arasında medya okuryazarlığı düzeyleri açısından anlamlı farklılıklar gözlenmiştir. Bu konuyla ilgili gelecekteki araştırmalar, cinsiyet ve medya okuryazarlığındaki farklılıkların nedenlerini araştırabilir.

- ✓ Bu araştırma sonucunda sınıf değişkenine göre, öğrencilerin sınıf düzeyi düştükçe girişimcilik düzeyleri yüksek çıkmıştır. Daha sonra yapılacak çalışmalarını bunun nedeni ve üst sınıf düzeyindeki öğrencilerin girişimcilik düzeylerini artırmaya yönelik çalışmalar yapılabilir.
- ✓ Araştırma, Rize ili ortaokul 5, 6 ve 7. sınıf düzeyindeki öğrenciler ile yapılmıştır. Başka araştırmalarda tek sınıf düzeyinde ve farklı illerde daha geniş kapsamlı yürütülebilir.
- ✓ Bu çalışma karma bir yöntem olarak yapılmıştır. Başka bir araştırmanın sadece nitel veya nicel yöntemlerle yürütülmesi ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlık ve girişimcilik düzeyleri belirlenebilir.
- ✓ Her alanda hızlı değişimin yaşandığı günümüzde bireysel özellikler de değişmektedir. Bu nedenle, daha sonra yapılacak araştırmalarda bu çalışmada uygulanan değişkenlerden farklı değişkenler ile medya okuryazarlığı ve girişimcilik arasındaki ilişkiyi ortaya koyan araştırmalar yapılabilir.
- ✓ Sosyal Bilgiler eğitiminde girişimcilik ve medya okuryazarlığı ile ilgili araştırma yapacak araştırmacılara, bu araştırmanın sonuçlarından yararlanarak daha az yapılmış araştırma konuları üzerinde çalışma yapabilirler.
- ✓ Öğretmenlerin, öğrencilerin medya okuryazarlığı ve girişimcilik becerilerini geliştirmeye yönelik etkinlikler yapmaları teşvik edilebilir.
- ✓ Bu araştırma sonucunda, gazete okuma sıklığı öğrencilerin medya okuryazarlığı ve girişimcilik düzeyleri üzerinde artırıcı bir değişken olduğu görülmüştür. Bu sonuçtan hareketle öğretmenlerin derslerinde gazete ve dergi gibi kitle iletişim araçlarını daha sık kullanmaları teşvik edilebilir.
- ✓ Öğretmenlerin, medya okuryazarlığı ve girişimcilik becerilerinin Sosyal Bilgiler dersinde kazandırılması için ne tür yöntem, teknik ve etkinlikleri uygulayabileceklerine ilişkin bir çalışma yapılabilir.
- ✓ Öğretmenlere ve okul müdürlerine yönelik medya okuryazarlığı ve girişimcilik konulu seminerler düzenlenebilir ve bu beceriler ile ilgili farkındalık geliştirilebilir.

KAYNAKÇA

- Adatepe, S. (2018). *Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu'nda Okuyan Öğretmen Adaylarının Girişimcilik Özellikleri İle Yansıtıcı Düşünme Düzeylerinin İncelenmesi* (Yayın no.503230)[Yüksek Lisans Tezi, Bartın Üniversitesi].
- Aksel, İ. ve Bağcı, Z. (2016). Girişimcilik eğilimi: Bir kamu üniversitesinin İİBF' sinde öğrenim gören son sınıf öğrencilerinde bir araştırma. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırma Dergisi*,5(7),2120-2133
- Aksoy, N. (2021). *Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Medya Okuryazarlığı Algı Düzeyleri Ve Görüşleri: Manisa Celal Bayar Üniversitesi Örneği* (Yayın no.670314)[Yüksek Lisans Tezi, Manisa Celal Bayar Üniversitesi].
- Akşit, F. ve Dönmez, B. (2011). İlköğretim Öğrencilerinin Medyayı Kullanmaya Yönelik Tutumlarının Belirlenmesi. *Erciyes İletişim dergisi*, 2(1). 32-46
- Aktı, S. (2011). *İlköğretim Sekizinci Sınıf Öğrencilerinin Medya Okuryazarlığı ile Sosyal Beceri Düzeyleri Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi*, (Yayın no.285891)[Yüksek Lisans Tezi, Fırat Üniversitesi].
- Akyürek, Ç. (2013). *İlkokul öğretmenlerinin girişimcilik becerisine ilişkin görüşlerinin değerlendirilmesi* (Yayın no.345873) [Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi].
- Alimcan, D. ve Şam, A. E. (2017). Sosyal Bilgiler Dersi Boyutunda Değerler Eğitiminin Önemi ve Medyanın Değerler Üzerindeki Etkisi. *Milli Eğitim Dergisi*, 46 (215) , 239-259.
- Altıntop, M. (2015). *Ortaöğretim Öğrencilerinde Mesleki Yönelim Ve Girişimcilik* (Yayın no.399499) [Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Gelişim Üniversitesi].
- Altun, A. (2010). *Medya Okuryazarlığının Sosyal Bilgiler Programlarıyla İlişkilendirilmesi ve Öğretimi* (Yayın no.278198) [Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi].
- Altun, A. (2020). *Medya okuryazarlığı ve eğitimde kullanılan strateji, yöntem ve teknikler*. E. Koçoğlu ve Ö. Akman,(Ed.), medya okuryazarlığı ve eğitimi (s.53-79).Ankara: Pegem Akademi.
- Altun, A.ve Çakmak, E. (2013). İlköğretim Hayat Bilgisi Dersi Öğretim Programında Medya Okuryazarlığı Eğitimi, *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(1), 237-254
- Ankaralıgil, S. Y. (2009). *İlköğretim 6. ve 7. sınıf öğrencilerinde medya okuryazarlığı ve eleştirel düşünme üzerine bir araştırma* (Yayın no.258033) [Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi].

- Apak, Ö. (2008). *Türkiye, Finlandiya Ve İrlanda İlköğretim Programlarının Medya Okuryazarlığı Eğitimi Açısından İncelenmesi* (Yayın no.229386) [Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi].
- Arcagök, S. (2016). *Dördüncü sınıf öğrencilerinin Sosyal Bilgiler dersindeki özerklik desteği algılarının motivasyon, girişimcilik ve yaratıcılık ile ilişkisi* ,(Yayın no.443518) [Doktora Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi]
- Ardıç, E. (2016). *Medya Okuryazarlığı İle İlgili Lisansüstü Çalışmaların Karşılaştırmalı İncelemesi: Türkiye, ABD ve Kanada Örneği* (Yayın no.446037) [Yüksek Lisans Tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi].
- Ardıç, E. ve Altun, A. (2019). Medya okuryazarlığı. B. Aksoy, B. Akbaba ve B. Kılcan,(Ed.), Sosyal Bilgilerde Beceri Eğitimi (s.387-410).Ankara: Pegem Akademi.
- Armut, B. (2018). *Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Girişimcilik Düzeylerinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi* (Yayın no.518404) [Yüksek Lisans Tezi, Amasya Üniversitesi].
- Arslan, M. (2016). *İlköğretim Sosyal Bilgiler Dersi Müfredatında Yer Alan Girişimcilik ve Kariyer Bilinci Geliştirme Becerilerinin Öğretmen Görüşleri Doğrultusunda Değerlendirilmesi* (Yayın no.451429)[Yüksek Lisans Tezi, Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi].
- Aslan, E. U.ve BAŞ, B. (2022). Eğlence Amacına Duyarlı Medya Okuryazarlığı Ölçeğinin Geliştirilmesi. *Ana Dili Eğitimi Dergisi*, 10(1),74-88.
- Aslan, H. (2009). *Medya okuryazarlığının görsel kültür ve sanat eğitimi ekseninde çözümlenmesi* (Yayın no.253731) [Yüksek Lisans Tezi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi]
- Aslan, N. Basel, Tuncer, A. (2016). Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Düzeyleri (İzmir Örnekleme), *Kastamonu Eğitim Dergisi* 25(4),1353-1372.
- Aşıcı, M. (2009). Kişisel ve Sosyal Bir Değer Olarak Okuryazarlık. *Değerler Eğitimi Dergisi* 7 (17), 9-26.
- Ataseven, Ö. (2016). *Türkiye Ve Avrupa Birliği Ülkelerindeki İlkokul Öğrencilerinin Girişimcilik Yeterliliklerinin Karşılaştırılması* (Yayın no.441155) [Yüksek Lisans Tezi, Düzce Üniversitesi].
- Atci, M. (2022). *Medya Okuryazarlık Dersi Alan Öğrencilerin Şiddeti Algılama Biçimleri* (Yayın no.721403) [Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi].
- Ateş, Y. (2018). *Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Sosyal Girişimcilik Özelliklerinin ve Eleştirel Düşünme Eğilimlerinin İncelenmesi* (Yayın no.498908)[Yüksek Lisans Tezi, Erzincan Üniversitesi].

- Ateş, M. ve Aşcı, A. U. (2021). Okuryazarlık Kavramı ve Eğitimle İlişkili Okuryazarlık Türleri, *VII.TURCESS Uluslararası Eğitim Ve Sosyal Bilimler Kongresi, VII. TURKCESS “Toplumsal Değişim Ve Inovasyon” Tam Metin Kitabı* 456-472
- Avcı, Ö. (2018). *Farklılaştırılmış Öğretim Uygulamalarının Öğrencilerin Girişimcilik Becerisi ve Akademik Başarısı Üzerine Etkisi* (Yayın no.530214)[Yüksek Lisans Tezi, Kırıkkale Üniversitesi].
- Avşar, Z. (2013). Medya Okuryazarlığı, *İletişim ve Diplomasi*, (2),5-17
- Ay, S. T. (2010). Sosyal Bilgiler Dersinde Çevre Bilinci Kazandırmada Medya Ürünlerinden Yararlanmaya İlişkin Öğrenci Görüşleri, *Uluslararası Avrasya Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1), 76-93.
- Aydemir, M. ve Adamaz, K. (2017). Ortaokul Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programındaki Kazanım ve Etkinliklerin Ortak ve Derse Özgü Beceriler Açısından İncelenmesi, *International Journal of Field Education*, 3(2), 37-59.
- Aydemir, S. (2019). Toplumsal Cinsiyet Eşitliğine Duyarlı Medya Okuryazarlığı Eğitiminin Öğretmen Adaylarının Toplumsal Cinsiyet Eşitliğine İlişkin Tutumlarına Etkisi (Yayın no.608790)[Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi].
- Aydemir, S. ve Erdamar, G. (2018). Medya Okuryazarlığı Eğitimi Alanında Yapılan Çalışmaların Tematik, Metodolojik ve İstatistiksel Yönelimler, *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 26(4),1155-1166
- Aydemir, S. (2013). *Ortaokul 8. Sınıf Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Düzeylerinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi* (Yayın no.344304)[Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi].
- Aytaç, Ö. (2006). Girişimcilik ve Girişimci Kültür: Sosyolojik Bir Perspektif. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. (15), 140.
- Aytaç, G. ve Kaplan, K. (2017). Medya Okuryazarlığı Bağlamında Yeni Okuryazarlıklar. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*. 18(2), 291-310
- Aytaç, G. ve Kaplan, K. (2017). Medya Okuryazarlığı Bağlamında Yeni Okuryazarlıklar. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*,18 (2), 291-310
- Balaban, Ö. ve Y. Özdemir. (2008). Girişimcilik Eğitiminin Girişimcilik Eğilimi Üzerindeki Etkisi: Sakarya Üniversitesi İİBF Örneği, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 3 (2): 133-147
- Banaz, E. (2017). *Ortaöğretim Öğrencilerinin Medya Okuryazarlığı Düzeyleri (Giresun İli Örneği)* (Yayın no.488857)[Yüksek Lisans Tezi, Giresun Üniversitesi].

- Barut, E. (2015). *Yeni Medya Okuryazarlığı, İletişim Becerileri ve Demokratik Eğilim: Bir Yapısal Eşitlik Modellemesi* (Yayın no.393608) [Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi].
- Başar, M. (2013). *Girişimcilik: (girişimcilik ve girişimcilik süreçleri).*(Ed: Ürper Y.). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi AÖF Yayınları
- Benzer, E. (2020). *Bilimsel Okuryazarlık ve Medya Okuryazarlığı arasındaki ilişki: Fen Bilgisi öğretmen Adayları Örneği*, Araştırma ve Deneyim dergisi 5(1), 10-23.
- Bilici, İ.E. (2011). *Türkiye’de Ortaöğretimde Medya Okuryazarlığı Dersi İçin Bir Model Önerisi* [Doktora tezi, Erciyes Üniversitesi].
- Bilici, İ.E. (2014). *Medya okuryazarlığı ve eğitimi* (1. Baskı) Ankara: Nobel.
- Bostancı, M. (2010). *Sosyal Medyanın Gelişimi ve İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları* (Yayın no.258186)[Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi].
- Bozkurt, Ç.Ö. Alparslan, M.A. (2013). Girişimcilerde Bulunması Gereken Özellikler İle Girişimcilik Eğitimi: Girişimci ve Öğrenci Görüşler, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi* 8(1), 7-28
- Bozkurt, İ. (2012). *Medya Okuryazarlığı Dersini Alan Öğrencilerin Medyaya Bakışı: Kayseri Örneği* (Yayın no.354829).[Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi].
- Bozkurt, Ö. Ç. , Kalkan, A. , Koyuncu, O. , ve Alparslan, A. M. (2012). Türkiye’de Girişimciliğin Gelişimi: Girişimciler Üzerinde Nitel Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 1(15). 229-247.
- Bryman, A. ve Cramer, D. (2001). Quantitative data analysis with Spss release on for windows. Philadelphia: Routledge
- Budak, S. (2019). *Yenilenen sosyal bilgiler öğretim programlarında (2018) yer alan girişimcilik becerisinin öğretmen görüşlerine göre değerlendirilmesi* (Yayın no. 602039) [Yüksek Lisans Tezi, Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi].
- Buluş, B. (2017). *Yetişkin Yeni Medya Okuryazarlığı: Avrupa Birliği ve Türkiye Örnekleri* (Yayın no.485453) [Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi].
- Bütün, E. (2010). *Medya Okuryazarlığı Dersine İlişkin Öğretmen, Öğrenci ve Veli Görüşleri (Samsun İli Örneği)* [Yüksek Lisans Tezi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi].
- Büyüköztürk, Ş. (2019). Sosyal Bilimler için Veri Analizi El kitabı .(26.Baskı). Ankara: Pegem Akademi
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, E.Ö., Karadeniz, Ş., Demirel, F. (2019). Eğitimde Bilimsel Araştırma Yöntemleri. (26.Baskı). Ankara: Pegem Akademi

- Can, A. (2019). SPSS ile Bilimsel Araştırma Sürecinde Nicel Veri Analizi (Baskı:8). Ankara, Pegem Akademi.
- Can, B ve Besler, H. (2018). Dijital ve Medya Etkinliklerinin Ortaokul Öğrencilerinin ve Ebeveynlerinin Medya ve Bilim Okuryazarlıklarına Etkisinin Belirlenmesi, *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Dergisi*, (43),31-49.
- Cangin, S. Ş. (2014). *İlköğretim Öğrencilerinin Medya Okuryazarlığı Dersine Bakış Açıları (Ankara-Keçiören Örneği)* (Yayın no.366961)[Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi].
- Celot, P. (Ed.). (2009). Medya okuryazarlığı düzeyleri için değerlendirme kriterleri üzerine çalışma. Son rapor. http://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/studies/literacy-criteria-report_en.pdf adresinden alınmıştır.
- Coşan, C. (2019). *Medya Okuryazarlığı Eğitimi Perspektifinde 11-13 Yaş Arası İlköğretim Öğrencileri Uygulamalı Saha Çalışması Türkiye Örneği* [Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi]
- Coşkun, H. (2016). *Devlet ve Vakıf Üniversitelerinde Y Kuşağı Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Yatkınlığı İle İlişkisi* (Yayın no.453188)[Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi].
- Creswell, J. W. & Plano Clark, V. L. (2020). Karma Yöntem Araştırmaları Tasarımı ve Yürütülmesi. (Çev: Y. Dede. ve S. B. Demir) Ankara: Anı Yayınları
- Creswell, J., & Plano Clark, V. L. (2007). Understanding mixed methods research. In J. Creswell (Ed.), Designing and conducting mixed methods research (pp. 1-19). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Çağrıtekin, D. (2021). *Ortaokul Türkçe Ders Kitapları Metin Etkinliklerinin Girişimcilik Becerisi Açısından İncelenmesi* (Yayın no.693431) [Yüksek Lisans Tezi, Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi].
- Çakır, E. (2016). *Fen Öğretiminde Açık Uçlu Araştırmacı Sorgulayıcı Öğrenme Etkinliklerinin Yaratıcılık ve Girişimcilik Becerilerine Etkisi* (Yayın no.459276)[Yüksek Lisans Tezi, Kırıkkale Üniversitesi].
- Çakmak, E. (2010). *İngiltere ve Türkiye'deki İlköğretim Medya Okuryazarlığı Eğitimi Program ve Uygulamalarının Karşılaştırmalı Olarak İncelenmesi* (Yayın no.) [Doktora Tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi].
- Çakmak, E. (2013). Çocuk Hakları ve Medya Okuryazarlığı Eğitimi. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*.10(22), 209-224
- Çalışır, R. (2019). *Ortaokul Öğrencilerinin Girişimcilik Yeterlikleri* (Yayın no.10313989)[Yüksek Lisans Tezi, Düzce Üniversitesi].

- Çelik, E. (2019). *Sosyal Bilgiler Programında Yer Alan Girişimcilik ve Kariyer Bilinci Kazanımlarına İlişkin Öğretmen ve Öğrenci Görüşleri* (Yayın no.585521) [Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi].
- Çelik, M. (2013). *Öğretmen Algılarına Göre İlkokul Yöneticilerinin Dönüşümcü Liderlik ve Girişimcilik Becerileri Arasındaki İlişki (Bağcılar Ve Bakırköy İlçeleri Örneği)*.(Yayın no.336022) [Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi].
- Çelik, O. (2014). *Sosyal Bilgiler Te Sınıf Öğretmenliği Öğretmen Adaylarının Girişimcilik Bilgi Ve Beceri Düzeyleri* (375794)[Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi].
- Çelik, T. (2011). *Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Çok Kültürlü Bakış Açısı Geliştirmelerinde Medya Okuryazarlığı Dersinin Rolüne İlişkin Bir Çalışma* (Yayın no.296401)[Yüksek Lisans tezi, Pamukkale Üniversitesi].
- Çengelci, T. (2013). Sosyal Bilgiler Dersinde Yararlanılan Toplumsal ve Kültürel Kaynakların Belirlenmesi, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(43),219-236
- Çepni, O., Palaz, T. Ve Ablak, S.(2015). Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Medya ve Televizyon Okuryazarlık Düzeylerinin Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi, *Intematinal periodical for The Languages,Literature and History of Turkish or Turkic* 10(11), 431-446.
- Çetin, B. (2015). *Öğrenme Stillerine Göre Öğrencilerdeki Girişimcilik Becerilerinin İncelenmesi* (Yayın no.418438) [Yüksek Lisans Tezi, Kırıkkale Üniversitesi].
- Çetinkaya, S. (2008). *Bilinçli Medya Kullanıcıları Yaratma Sürecinde Medya Okuryazarlığının Önemi* (Yayın no.228331) [Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi].
- Çinelioğlu, G. (2013). *Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Medya Okuryazarlığı Dersine Yönelik Tutumlarını İncelemesi* [Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi].
- Demir, A., Karataş, H. İ. ve Metin G. K. (2021). Ortaokul Öğretmenlerinin Girişimcilik ve Yenilikçilik Düzeyleri Betimsel Bir Araştırma, *Medeniyet Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 5(2),76-98.
- Demirhan, A. (2016). *Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerini İncelemeye Yönelik Bir Araştırma: Sakarya Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Örneği* (Yayın no.438406)[Yüksek Lisans Tezi, Nişantaşı Üniversitesi].
- Deveci, İ. (2016). *Fen Bilimleri Öğretim Programıyla (5-8) Bütünleştirilmiş Girişimcilik Eğitimi Modüllerinin Geliştirilmesi, Uygulanması ve Değerlendirilmesi* (Yayın no.445151) (Doktora Tezi, Uludağ Üniversitesi).
- Deveci, Y, Çengelci, A. (2008). Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarından Medya Okuryazarlığına Bir Bakış. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*,

- Dolanbay, H. (2018). *Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarına Yönelik Medya Okuryazarlığı Eğitimi Modeli* (Yayın no.534566)[Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi].
- Ebren Ozan, C., Kormaz, Ö., Çakır, R. ve Bacanak, A. (2016). Ortaokul Öğrencilerinin Fen ve Medya Okuryazarlık Düzeyleri, *Türk Fen Eğitim Dergisi*,13(1),63-83.
- Erdem, C. (2018). *Öğretmen Adayları İçin Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı Tasarısı* (Yayın no.494214)[Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi].
- Erestin, Ö. ve Erat, S. (2019). Girişimci Amaçlı Sosyal Medya Kullanımı ve Girişimcilik Niyeti İlişkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma, *Press Academia Procedia*, 9(1),186-191.
- Eroğlu, S. (2019). *Ortaokul öğrencilerinin girişimcilik düzeylerinin ve sosyal bilgiler dersinde girişimcilik becerisi kazandırılmasına ilişkin öğretmen görüşlerinin belirlenmesi* (Yayın no.587859) [Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi]
- Eroğlu, S. ve Deveci, H. (2021). Ortaokul Öğrencilerinin Girişimcilik Düzeyleri ve Girişimcilik Becerisinin Sosyal Bilgiler Dersinde Kazandırılmasına İlişkin Öğretmen Görüşleri. *Trakya Üniversitesi Trakya Eğitim Dergisi* 11(3) . 1190-1211
- Eroğlu, S., Deveci, H. ve Gürdoğan Bayır, Ö. (2020). Ortaokul öğrencilerine yönelik girişimcilik ölçeği'nin geliştirilmesi. *Cumhuriyet Uluslararası Eğitim Dergisi*, 9(4), 1204-1224.
- Göksel, A. Ve Ulucan, S. (2019). Girişimcilik Eğilimini Etkileyen Faktörlere İlişkin Çok Boyutlu Bir Analiz: Orta Öğretimde Bir Araştırma. *Savunma Bilimleri Dergisi*, 18 (1) , 99-133
- Gömleksiz, M. N., ve Kan, A. Ü. (2009). Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programının Eleştirel Düşünme, Yaratıcı Düşünme ve Girişimcilik Becerilerini Kazandırmadaki Etkililiğinin Belirlenmesi (Diyarbakır İli Örneği). *Fırat Üniversitesi Doğu Araştırmaları Dergisi*, 8(1), 39-49.
- Görmez. E. (2014). Ortaokul Öğrencilerinin Medya Okuryazarlığı Düzeyleri, *Uluslararası Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 2014(3),137-157
- Güleç, S. ve Hüdavendigar, M. N. (2020). Sosyal Bilgiler Eğitimi Alanında Okuryazarlık Becerisi Başlığında Yapılan Lisansüstü Tezlerin İncelenmesi. *Uluslararası İnsan ve Sanat Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 24-36.
- Gümüş, İ. (2020). *İlkokul Öğrenci Ebeveynlerinin Medya Okuryazarlık Düzeylerinin İncelenmesi*, (Yayın no.654249) [Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi].

- Günay, A. (2016). *Bilişim Alanında Değişik Kademelerde Eğitim Gören Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerinin Karşılaştırılması*(Yayın no.420442)[Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi].
- Güner, F. (2011). *İlköğretim II. Kademe Öğrencilerinin Televizyon Dizilerindeki Mesajları Algılamalarında Medya Okuryazarlığının Etkisi* (Yayın no.310743) [Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi].
- Gürkan, H. (2022). *Lise Öğrencilerinin Siber Zorbalık İle Medya Okuryazarlık Ve Akıllı Telefon Bağımlılığı Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Uzunköprü İlçesi Örneği* (Yayın no.737386)[Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi].
- Hayta, A. (2022). *Ortaokul Sosyal Bilgiler Ders Kitaplarındaki Etkinliklerin Sosyal Bilgiler Öğretim Programındaki Beceriler Bağlamında İncelenmesi* (Yayın no.740023)[Yüksek Lisans Tezi, İnönü Üniversitesi].
- Hopurcuoğlu, A. ve Akaydın, A. (2016). *Ortaokul Öğrencilerin Medya Okuryazarlık Düzeyleri*. Turkish Studies (Elektronik),11(3),1273-1286.
- Işkın, P. (2015). *Öğretmen Görüşlerine Göre Yeni Medya Okuryazarlığı Programı* (Yayın no.396929)[Yüksek Lisans Tezi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi].
- İçelli, Y.M. (2017). *Medya Okuryazarlığı Öğretim Materyalinin, Medya Okuryazarlığı Becerilerine Katkısı* (Yayın no.470488)[Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi].
- İN, N. (2015). *1968-2012 Yılları Arasında 4. ve 5. Sınıf Sosyal Bilgiler Dersi Kitaplarında Yer Alan Girişimcilik Becerilerinin İçerik Analizi* (Yayın no.388201) [Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi].
- İnan, T. (2010). *Öğretmen Adaylarının Medya Okuryazarlık Düzeyleri ve Medya Okuryazarlığına İlişkin Görüşleri* (Yayın no.273385)[Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi].
- Jols, T. ve Thoman, E. (2008). *21.Yüzyıl Okuryazarlığı Medya Okuryazarlığına Genel Bakış Ve Sınıf İçi Etkinlikler* (Çev. C. Elma ve A. Kesten) Ankara: Ekinoks Yayınevi
- Kahya, L. A. (2016) *Ortaokul ve Ortaöğretimde Girişimcilik Eğitimi* (Yayın no.448165)[Yüksek Lisans Tezi, Yaşar Üniversitesi]
- Kara, Ç. (2019). *Ortaokul öğrencilerinin yeni medya kullanım alışkanlıkları ve medya okuryazarlık farkındalıkları üzerine nitel bir araştırma* (Yayın no.552418) [yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi].
- Karacan, M. (2022). *Üniversite personelinin Yeni Medya Okuryazarlık Düzeyleri ile Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyleri Arasındaki İlişki* (Yayın no.749477)[Yüksek Lisan Tezi, İstanbul Gelişim Üniversitesi].

- Karakaş, T. (2019). *Ortaokul 6.Sınıf Görsel Sanatlar Dersi Kapsamında Kendini İfade Edebilme ve Girişimcilik Yeteneğinin Geliştirilmesi* (Yayın no.567700) [Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi].
- Karakılçık, N. (2020). *Okul Dışı Fen Öğrenme Ortamında Öğrencilerin Girişimcilik Becerilerinin Gelişiminin Betimlenmesi* (Yayın no. 632898) [Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi].
- Karakuş, A. (2019). *Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının bireysel Girişimcilik Algıları ile Eleştirel Düşünme Standartları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*, (Yayın no.559356)[Yüksek Lisans Tezi, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi].
- Karaman, M. K. ve Karataş, A. (2009). *Öğretmen Adaylarının Medya Okuryazarlık Düzeyleri*, ilköğretim Online, 8(3),798-808
- Karasar, N. (2014). Bilimsel Araştırma yöntemi, (26. Baskı). Ankara: Nobel Yayınları
- Karataş, A. (2017). *Öğretmen Adaylarının Medya Okuryazarlık Düzeylerinin Belirlenmesi ve Eğitim Fakültelerine Yönelik Bir “Medya Okuryazarlığı” Eğitim Programı Tasarısı* (Yayın no.486010)[Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi].
- Kartal, O.Y. (2007). *Ortaöğretim 10. Sınıf Öğrencilerinin Televizyon Dizilerindeki Mesajları Algılamalarında Medya Okuryazarlığının Etkisi* (Yayın no.226203) [Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi].
- Kaya, A. (2020). *Sınıf Öğretmeni Adaylarının 21. Yüzyıl Becerileri Kapsamında Girişimcilik Becerilerinin İncelenmesi*, (Yayın no.643082) [Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi].
- Keleş, B. M. (2021). *Okul Öncesi Öğretmen Adaylarının Girişimcilik Kavramı Hakkındaki Düşünceleri ve Sahip Oldukları Girişimcilik Özelliklerinin İncelenmesi*, (Yayın no.671203)[Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale onsekiz Mart Üniversitesi].
- Keleş, M. (2013). *Eleştirel Pedagoji Bağlamında Medya Okuryazarlığı Dersinin İşleniş Biçiminin İncelenmesi* (Yayın no.344898)[Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi].
- Keleş, S. (2009). *İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programına İlişkin Öğretmen Görüşleri* (Yayın no.263520)[Yüksek Lisans Tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi].
- Kıran, Ö. (2020). Temel Yaklaşımlar Açısından Medya Okuryazarlığı Eğitimi, *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 39(3), 233-248
- Koçak, B. (2011). *İlköğretim Yedinci ve Sekizinci Sınıf Öğrencilerinin Medya Okuryazarlığı Dersine İlişkin Algıları* (Yayın no.299746) [Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi].

- Koçar, E. (2022). *Öğretmen Adaylarının Medya Okuryazarlık Düzeyleri İle Küresel Vatandaşlık Düzeyleri Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi* (Yayın no.740724) [Yüksek Lisans Tezi, Fırat Üniversitesi]
- Koçyiğit, E. (2013). *Üniversite öğrencilerinin girişimcilik özelliklerinin belirlenmesini İstanbul* (Yayın no.358169)[Yüksek Lisans Tezi, Arel Üniversitesi].
- Kotan, K. S. (2022). *İlkokul Öğrenci, Öğretmen ve Yöneticilerinin Uzaktan Eğitim Kapsamında Medya Okuryazarlığı Becerilerinin İncelenmesi* (Yayın no.764363)[Yüksek Lisans Tezi, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi].
- Köstekçi, E. (2016). *Öğretmen Adaylarının Girişimcilik Özellikleri İle Yansıtıcı Düşünme Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi* (Yayın no.448238)[Yüksek Lisans Tezi, Bartın Üniversitesi].
- Köybaşı, F. (2016). *Okul Yöneticilerinin Girişimcilik, Öz-Yeterlik ve Örgütsel Bağlılık Algılarının Analizi* (Sivas İli Örneği (Yayın no.436950) [Doktora Tezi, İnönü Üniversitesi]
- Kurt, A. ve Kürüm. D. (2010). Medya Okuryazarlığı ve Eleştirel Düşünme Arasındaki İlişki: Kavramsal Bir Bakış, *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 0(2),20-34
- Kurudayıoğlu, M. ve Tüzel, S. (2010). 21. Yüzyıl Okuryazarlık Türleri, Değişen Metin Algısı Ve Türkçe Eğitimi, *TÜBAR-XXVIII*/283-298.
- Lee, A. Y. L. (2010). Media Education: Definitions, Approaches and Development around the Globe. *Nev Horizons in Education*, 58(3). 1-13
- Mars, M. M. (2016). The meaning and relevancy of innovation and entrepreneurship:An exploration of agriculture teacherbpreparation and perspectives,journal of Agricultural Education, 57(3),55-59
- MEB. (2020). *Ortaöğretim girişimcilik ders kitabı*. Eroğlu, N. Dünder, Ş. (Ed.). (1.Baskı). Ankara: Sayfa:41-42
- MEBa. (2018). Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı (İlkokul ve ortaokul 4, 5, 6 ve 7. sınıflar). Ankara <https://ttkb.meb.gov.tr/> adresinden alınmıştır.
- MEBb. (2018). Medya okuryazarlığı dersi öğretim programı: Ortaokul ve İmam hatip ortaokulu 7 veya 8.sınıflar. Ankara. <https://mufredat.meb.gov.tr/>
- Miles, M. B. ve Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis* (2th ed). Thousand Okaks: Sage Publications
- Mora. N. (2008). Medya ve kültürel kimlik. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 5(1), 1-14.

- Morgan, G. A., Leech, N. L., Gloeckner, G.W. ve Barret, K. C. (2004). SPSS for Introductory statistics: Use and Interpretation. (second Edition). London: Lavrence Erlbaum Associates.
- Numanoğlu, G. (1999). Bilgi Toplumu-Eğitim-Yeni Kimlikler-II: Bilgi Toplumu ve Eğitimde Yeni Kimlikler. Ankara: *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*. 32, (1), 341-350.
- Ortaakarsu, F. ve Can, Ş. (2019). Ortaokul Öğrencilerinin Fen Tabanlı Girişimcilik Eğilimlerinin Araştırılması, *Eğitim Kuram ve Uygulama Araştırmaları Dergisi*, 5 (3), 361-369
- Önal, İ. (2010). Tarihsel Değişim Sürecinde Yaşam Boyu Öğrenme ve Okuryazarlık: Türkiye Deneyim. *Bilgi Dünyası*,11(1) 101-121
- Özay, C. (2014). *Ortaokul Öğrencilerinin Medya Okuryazarlığına İlişkin Görüşleri* (Yayın no.381743)[Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi].
- Özdemir, M. (2021). *Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının İletişim Becerileri ile Medya Okuryazarlık Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*, (Yayın no.672013) [Yüksek Lisans Tezi, Fırat Üniversitesi].
- Özdemir, P. (2016) . *Girişimci Üniversiteler ve Türkiye'de Girişimcilik Eğitimi* (Yayın no.429969) [Doktora Tezi, Maltepe Üniversitesi].
- Özel, A. (2018). *Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Medya Okuryazarlığı Algılarının İncelenmesi* (Yayın no.533984)[Doktora Tezi, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi].
- Özel, B. (2020). *Yeni Medya Okuryazarlığı Bağlamında Z Kuşağının Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları* (Yayın no.649453) [Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi]
- Özman, C. (2013). Spor Yöneticiliği Bölümünde Öğrenim Gören Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Düzeyinin Değerlendirilmesi, (Yayın no.340801)[Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi].
- Pay, L. V. ve Akay, C. (2015). Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin Girişimcilik Düzeylerinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi, *Education Sciences*, 10(2),125-138.
- RTÜK. (2016). Medya okuryazarlığı araştırması. Ankara. https://www.medyaokuryazarligi.gov.tr/menu_goster.php?Guid=B7AA7732-1593-4B32-BDE5-D76E64C2A5FA&MenuId=2/ adresinden 15 Aralık 2022 tarihinde alınmıştır.
- Sadriu, S. (2009). “Seçmeli Medya Okuryazarlığı Dersi Alan İlköğretim İkinci Kademe Öğrencilerinin Ders Sonu Çıktılarına Yönelik Bir “Pilot Araştırma” (Yayın no.262804) [Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi].

- Saraçoğlu, M., Duran, C. ve Taşkın, E. (2010). Girişimcilikte yaratıcılığın üç boyutu: birey, süreç ve ürün. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10 (2), 1-14.
- Sarı, C. (2021). *Ortaokul Öğretmenlerinin Medya Okuryazarlığı Dersinin Amaçları ve Dersin Öğretiminde Karşılaşılan Sorunlara İlişkin Görüşleri* (Yayın no:674344)[Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi].
- Sarı, D. ve Katrancı, M. (2021). İlkokul Dördüncü Sınıf Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin İncelenmesi, *Gazi Eğitim Bilimleri Dergisi*,7(3),334-360
- Semiz Türkoğlu, H. (2017). Çocukların Televizyon izleme Davranışlarında Medya okuryazarlığı Dersinin Etkisi Üzerine Bir alan Araştırması, *İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (İNİF E-Dergi)*,2(1), 27-46.
- Semiz, L. (2013). *Ortaokul Öğrencilerinin Medya Okuryazarlığı Yeterlikleri ve Medya Okuryazarlığı Dersini Yürüten Öğretmenlerin Karşılaştıkları Sorunları* (Yayın no.330425) [Yüksek Lisans Tezi Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi].
- Sevim, F. (2013). *Medya Okuryazarlığı, Toplumsal Cinsiyet ve Kadının Medyada Temsili* (Yayın no.340188) [Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi].
- Sivritepe, S. (2014). *Öğrencilerin Medya Okuryazarlığı Dersine Bakışı: Konya İli Örneği* (Yayın no.377654) [Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi].
- Sönmez, E. (2017). *Girişimcilik Niyetinin Kariyer Planlamasındaki Yeri: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma* (Yayın no.465942)[Yüksek Lisans Tezi, Türk Hava Kurumu Üniversitesi].
- Sur, E. (2012). *İlköğretim İkinci Kademe Öğretmen ve Öğrencilerinin Medya Okuryazarlığına İlişkin Görüşleri* (Yayın no.314777)[Yüksek Lisans Tezi, Niğde Üniversitesi].
- Şahin, A. (2011). Öğretmenler, Öğretmen Adayları Ve Medya İle Bağlı Olan Herkes İçin Eleştirel Medya Okuryazarlığı, Anı Yayıncılık, Ankara s:8-12)
- Şahin, A. (2016). Sosyal Bilgiler Öğretiminde Medya Okuryazarlığı. S. Şimşek,(Ed.), Sosyal Bilgiler ve Sınıf Öğretmenleri İçin Sosyal Bilgiler Öğretimi (171-220).Ankara: Anı Yayıncılık
- Şahin, A. (2018). *Fen Bilgisi Öğretmen Adaylarının Tamamlayıcı Ölçme Araçları Farkındalıkları İle Girişimcilik ve Yenilikçilik Düzeylerinin Belirlenmesi* (Yayın no.529193) [Yüksek Lisans Tezi, Ahi Evran Üniversitesi].
- Şahin, K. (2018). *Ortaöğretim Okul Yöneticilerinin Yenilik Yönetimi Yeterlikleri ile Girişimcilik Yeterlikleri Arasındaki ilişki* (Yayın no.529193)[Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi).

- Şentürk, Y. (2021). *Girişimcilik Becerisi Kazandırmada Öğretim Materyali Geliştirme ve Kullanılabilecek Öğretim Yöntem ve Tekniklerini Belirleme Hakkında Sosyal Bilgiler Öğretmenlerin görüşleri* (Bursa İli Örneği), (Yayın no.690553) [Yüksek Lisans Tezi, Bursa Uludağ Üniversitesi].
- Tabachnik, B. G., Fidell, L.S. (2013). Using multivariate statistics (6e éd.). Boston, É.-U. U.: Pearson
- Tan, O. (2015). *Medya Okuryazarlığı Eğitimi: Öğrenci, Öğretmen, Aile Bağlamında Örnek Bir Araştırma* (407464) [Doktora Tezi, Akdeniz Üniversitesi].
- Tanrikulu, F. (2014). *Medya Okuryazarlığı Bağlamında Çocuk Dergileriyle Zenginleştirilmiş Türkçe Dersinin Etkililiği: Bir Eylem Araştırması Çanakkale* [Doktora Tezi, Onsekiz Mart Üniversitesi].
- Tanrikulu, S. (2019). *Medya Okuryazarlığı ve Medya Okuryazarlığı Dersinin Öğrencilere Katkısı Üzerine Bir Araştırma*, (Yayın no.555451)[Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi].
- Tarhan M. ve Kılıç F. (2017). Sosyal Bilgiler Eğitimi'nde Girişimcilik Becerisinin Kazandırılmasına Yönelik Kullanılabilecek Kaynaklar Bibliyografyası. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 17 (4), 1974-1993.
- Tarhan, M. (2018). *Sosyal Bilgiler Dersinde Girişimcilik Becerisinin Kazandırılması Üzerine Bir Eylem Araştırması* (Yayın no.515042) [Doktora Tezi, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi].
- Tarhan, M. ve Kılıç, F. (2017). Sosyal Bilgiler Eğitiminde Girişimcilik Becerisinin Kazandırılmasına Yönelik Kaynaklar Bibliyografyası. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 17 (4), 1974-1993.
- Tatar, İ. (2016). *Öğretmen Adaylarının Medya Okuryazarlığı İle Çevrimiçi Bilgi Arama Stratejileri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi* (Yayın no.438272)[Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi].
- Tican, C. (2019). Pre-service primary school and pre-school teachers' perception of individual entrepreneurship and opinions about their creative thinking tendency. *International Journal of Educational Methodology*, 5(4), 591-606.
- Toker Erdoğan, M. (2010). *Toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanmasında medya okuryazarlığının rolü.(Uzmanlık Tezi)*, Başbakanlık Kadınının Statüsü Genel Müdürlüğü, Ankara. s:51
- Toker, H. (2022). *Ortaöğretim Öğrencilerinin Girişimcilik Becerilerinin Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi* (Yayın no.723518)[Yüksek Lisans Tezi, Yozgat Bozok Üniversitesi].
- Toktaş, N. (2021). *Dijital Bölünme ve Yeni Medya Okuryazarlığının Kır Ve Kent Kökenlilik Bağlamında İncelenmesi* (Yayın no:679877)[Yüksek Lisans Tezi, İstanbul üniversitesi].

- TDK. (2022). Türk Dil Kurumu Sözlükleri. <https://sozluk.gov.tr/> adresinden 13 Şubat 2022 tarihinde alınmıştır.
- Türkan, S.(2019). *Medya Okuryazarlığı Dersini Alan Öğrencilerin Sosyal Medyaya Yönelik Tutumları* (Yayın no.578567)[Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi].
- Türkoğlu, T. Tetik, S. Açıkgöz, A. (2017). Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Sosyo-Demografik Özellikleri İle Girişimci Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişkinin Araştırılması. *Journal of Yasar University*, 2017, 12(45), 1-13.
- Tüysüz, C. ve Kılıç, O. U. (2022). Ortaokul Öğrencilerinin Fen Tabanlı Girişimcilik Düzeyi ile Eleştirel Düşünme Eğilimi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, *Milli Eğitim*, 51(236), 3107-3120.
- Uğur, B. (2015). *Girişimcilik Eğitiminin İlköğretim Programlarına Konulmasına Yönelik Model Önerisi* (Yayın no.407768) [Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi].
- Ulucan, S. (2015). *Girişimcilik Eğiliminin ve Girişimcilik Eğilimini Etkileyen Faktörlerin Analizi: Ortaöğretimde Lise 3. ve 4. Sınıf Öğrencileri Üzerinde Bir Uygulama* (Yayın no.405613)[Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi].
- Uslu, D. (2015). *Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Bölümü Öğrencilerinin Girişimci Kişilik Özellikleri ve Girişimcilik Niyetinin Duygusal Zekâ Faktörlerine Göre İncelenmesi* (Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi].
- Uygun. K.ve Er, R. A. (2016). Sosyal Bilgiler Öğretmenlerinin Girişimcilik Özelliklerinin İncelenmesi, *Sosyal Bilimler Dergisi*, 6 (11), 136-157
- Uzun, Y. ve Çelik, G. (2020). Akademisyenlerin Okuryazarlık Algısındaki Değişimler. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 15(22), 1134-1156.
- Ülker, M. (2012). *Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretmen Kılavuz Kitabının Öğretim Programı İle Tutarlılığının Değerlendirilmesi* (Yayın no.317136)[Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi].
- Üztemur, S. Dinç, E. (2020). Medya Okuryazarlığı Bağlamında Ortaokul Öğrencilerinin Sosyal Medya Algıları: Bir Metafor Çalışması, *The Journal of International Lingual Social and Educational Sciences*, 6(1),92-103.
- Üztemur, S. ve Avcı, G. (2020). Medya Okuryazarlığı Becerisinin Medya Okuryazarlık Öğretim Öz-Yeterliklerini Yordama Düzeyi, *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 55(2) , 651-672
- Varol, E. ve Çelik Varol, M. (2019). Kavram ve Kuramlarıyla Marshall McLuhan' a Bakış: Günümüzün Egemen Medya Araçları Ekseninde Bir Değerlendirme, *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 5(1), 137-158

- Yardımlı, A. (2019). *Ortaokul Öğrencilerinin Medya Okuryazarlığına İlişkin Tutumları (Adıyaman İli Örneği)*, (Yayın no.580508)[Yüksek Lisans tezi, Adıyaman Üniversitesi].
- Yıldırım, A. Şimşek, H.(2018). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, (11.Baskı). Ankara, Seçkin Yayıncılık.
- Yıldırım, D. (2020). *Sosyal Bilgiler Öğretmeni Adaylarının Girişimcilik Düzeylerinin Belirlenmesi* (Yayın no. 630507)[Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi].
- Yıldırım, Ş. (2017). *Türkçe ve Sosyal Bilgiler Öğretmenlerinin Medya Okuryazarlığı Eğitimi İle İlgili Becerileri ve Görüşleri* (Yayın no.480178)[Yüksek Lisans Tezi, Yüzüncü Yıl Üniversitesi].
- Yıldız, A. Demir, F. M. Fırat, A. (2020). Girişimcilik Niyetine Sosyal Medyanın Etkisinin Sosyal-Demografik Değişkenler Bağlamında İncelenmesi, *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 21(47),1-21.
- Yıldız, V. A. (2011). *Bir Sosyal Öğrenme Aracı Olarak Medya ve Ahlaki Gelişim Kuramları Açısından Medya Okuryazarlığına Eleştirel Bir Bakış*, (Yayın no.299747)[Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi].
- Yılmaz, E. ve Aladağ, S. (2015). Sınıf Öğretmeni Adaylarının Gazete ve Dergi Takip Etme Alışkanlıkları ile Medya Okuryazarlık Düzeyleri Arasında İlişki, *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(4), 1-16
- Yurtseven, R. ve Ergün, M. (2018). İlkokul Öğrencilerinin Girişimcilik Becerilerinin Geliştirilmesine Yönelik Öğretmen Görüşleri, *International Journal of Social Science Research*, 7 (1), 118-140
- Zevfi, R. (2015). *Ortaokul Türkçe Ders Kitaplarının Türkçe Dersi Öğretim Programında Yer Alan Temel Beceriler Açısından İncelenmesi* (Yayın no.426436)[Yüksek Lisans Tezi, Mustafa Kemal Üniversitesi].

EKLER

Ek-1:Araştırma uygulama izni



T.C.
RİZE VALİLİĞİ
İl Millî Eğitim Müdürlüğü

Sayı : E.57774812-619-18303654
Konu : Tez Çalışması İzni

22.12.2020

VALİLİK MAKAMINA

İlgi : Millî Eğitim Bakanlığının 21/01/2020 tarihli ve 81576613-10.06.02-E.1563890 (2020/2) sayılı Genelgesi.

Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi Ana Bilim Dalı Sosyal Bilgiler Öğretmenliği Tezli Yüksek Lisans Programı Öğrencisi Nazmiye BASKIN'ın "Sosyal Bilgiler Dersi Bağlamında Ortaokul Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Düzeylerinin Girişimcilik Düzeyleriyle İlişkisi: Rize İli Örneği" konulu bilimsel araştırması kapsamında ekte sunulan form ve testleri 2020-2021 Eğitim Öğretim Yılında ilimiz genelinde bulunan ortaokullarda öğrenim gören 5, 6 ve 7. sınıf öğrencilerine uygulama isteği ilgi yazı ile bildirilmektedir.

Söz konusu form ve testlerin 2020-2021 Eğitim Öğretim Yılında denetimi okul idaresinde olmak üzere, kurum faaliyetlerini aksatmadan, gönüllülük esasına göre ilimiz genelinde bulunan ortaokullarda öğrenim gören 5, 6 ve 7. sınıf öğrencilerine uygulanması Müdürlüğümüzce uygun görülmektedir.

Makamlarınızca da uygun görülmesi halinde ohurlarınıza arz ederim.

Selçuk TORPİL
Müdür a.
Şube Müdürü

OLUR
22.12.2020

Engin EMEN
Vali a.
Millî Eğitim Müdürü

Adres : Rize Valiliği Hizmet Binası Kat:3

Telefon No : (464) 280 53 77
E-Posta : e-posta: arga53@meh.gov.tr
Kep Adresi : meh@hs01.kap.tr

Bu belge güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Belge Doğrulama Adresi : <https://evraksorgu.meb.gov.tr>
Bilgi için: Strateji Geliştirme Şubesi Ar-Ge Birimi

Uyruan : Şef
İnternet Adresi : www.rize.meb.gov.tr Faks : (464) 280 53 16

Bu evrak güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır. <https://evraksorgu.meb.gov.tr> adresinden 43e8-3ce5-3625-8543-c763 koda ile teyit edilebilir.



Ek-2:Ölçek İzinleri

ORTAOKUL MEDYA OKURYAZARLIĞI DÜZEY BELİRLEME ÖLÇEĞİ' KULLANIM İZNİ TALEBİ

Gelen Kutusu x

🔍 🖨️ 📄

Nazmiye Baskın <[redacted]>

Alıcı: sevilayaydemir84 ▾

14 Ekim Çar 10:20

☆ ↩️ ⋮

Sayın Hocam Merhaba

Adım Nazmiye BASKIN. RTEÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü sosyal bilgiler öğretmenliği yüksek lisans öğrencisiyim. 'Sosyal Bilgiler Dersi Bağlamında Ortaokul Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Düzeylerinin Girişimcilik Düzeyleriyle ilişkisi' adlı çalışmam da kullanmak üzere yüksek lisans tezinde tarafınızca geliştirilen '**Ortaokul Medya Okuryazarlığı Düzey Belirleme Ölçeği**' ni izniniz olursa kullanmak istiyorum. Saygılarımla
Nazmiye BASKIN

Sevilay Aydemir

Merhaba, ilgili ölçeği ekte gönderiyorum. Çalışmanızda başarılar ve kolaylıklar diliyorum. Nazmiye Baskın <[redacted]>, 14 Eki 2020 Çar, 10:20 tar

📧 14 Ekim Çar 11:12

☆

Nazmiye Baskın <[redacted]>

Alıcı: Sevilay ▾

14 Ekim Çar 12:54

☆ ↩️ ⋮

Teşekkür ederim hocam

14 Eki 2020 Çar 11:12 tarihinde Sevilay Aydemir <[redacted]> şunu yazdı:

ORTAOKUL ÖĞRENCİLERİNE YÖNELİK GİRİŞİMCİLİK ÖLÇEĞİ KULLANIM İZNİ TALEBİ

Gelen Kutusu x

🔍 🖨️ 📄

Nazmiye Baskın <[redacted]>

Alıcı: hanil ▾

26 Ekim Pzt 11:57

☆ ↩️ ⋮

Sayın Hocam Merhaba

Adım Nazmiye BASKIN. RTEÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü sosyal bilgiler öğretmenliği yüksek lisans öğrencisiyim 'Sosyal Bilgiler Dersi Bağlamında Ortaokul Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Düzeylerinin Girişimcilik Düzeyleriyle ilişkisi' adlı çalışmam da kullanmak üzere danışmanlığımı yaptığımız ortaokul öğrencilerinin girişimcilik düzeylerinin ve sosyal bilgiler dersinde girişimcilik becerisi kazandırılmasına ilişkin öğretmen görüşlerinin belirlenmesi çalışmasında geliştirilen '**Ortaokul Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeği**' ni izniniz olursa kullanmak istiyorum. Saygılarımla

Handan DEVECİ

Merhaba, Kaynak göstermek koşulu ile kullanabilirsiniz.. İyi çalışmalar.. Gönderen: Nazmiye Baskın <[redacted]> Gönderildi: 26 Ekim 2020 Pazartesi

29 Ekim Per 15:30

☆

Nazmiye Baskın <[redacted]>

Alıcı: Handan ▾

29 Ekim Per 17:10

☆ ↩️ ⋮

Teşekkür ederim hocam

29 Eki 2020 Per 15:30 tarihinde Handan DEVECİ <[redacted]> şunu yazdı:

Ek-3:Kişisel Bilgi Formu

Kişisel Bilgi Formu

Değerli öğrenciler; Bu Kişisel Bilgi Formu “Sosyal Bilgiler Dersi Bağlamında Ortaokul Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Düzeylerinin Girişimcilik Düzeyleriyle İlişkisi” konulu bilimsel çalışmada veri toplama aracı olarak kullanılmak üzere sizlere sunulmuştur. Araştırmadan elde edilen bilgiler araştırmacıda gizli kalacak ve sadece bilimsel amaçla kullanılacaktır. Çalışmadan elde edilecek verilerin güvenilirliği açısından içten ve samimi bir şekilde cevap vermeniz önem taşımaktadır. Katkılarınız için teşekkür ederiz.

Danışman: Prof. Dr. İlhan TURAN
Öğrencisi

Nazmiye BASKIN: RTEÜ Yüksek Lisans

1	Cinsiyetiniz:	Kadın () Erkek ()
2	Sınıfınız:	() 5.sınıf () 6.sınıf () 7.sınıf
3	Okuduğunuz Okul Adı:	
4	Annenizin Eğitim Durumu:	() İlkokul mezunu () Ortaokul mezun () Lise mezunu () Üniversite mezunu () Lisansüstü
5	Babanızın Eğitim Durumu:	() İlkokul mezunu () Ortaokul mezun () Lise mezunu () Üniversite mezunu () Lisansüstü
6	Annenizin mesleği:	
7	Babanızın mesleği:	
8	Kardeş sayınız:	()1 ()2 ()3 ()4 ()5 ()6 ve üstü
9	Ne sıklıkta gazete okuyorsunuz?	() Hiç okumam () Her gün () Haftada 1 () Ayda 1 () Yılda 1
10	İnterneti hangi sıklıkla kullanıyorsunuz?	() İnternet kullanmıyorum () Günde 0-2 saat () Günde 3-4 saat () Günde 5- 6 saat () Günde 6 saatten fazla
11	Ne sıklıkla televizyon izliyorsunuz?	()Televizyon izlemiyorum ()1 saat () 2 saat ()3 saat () 4 saat () 5 saat ve üzeri
12	Ailenizin toplam aylık geliri nedir?	() 0-5000 TL () 5000-10000 TL ()10000 ve üzeri
13	Medyayı genellikle hangi amaçla kullanırsınız? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)	() Video izlemek () Oyun oynamak ()Müzik dinlemek () Araştırma ve bilgi edinmek ()Boş zaman değerlendirmek () Arkadaşlarımla iletişim kurmak () Tasarladığım ürünleri tanıtmak ()Alışveriş ()Diğerleri

Ek-4:Görüşme Formu

Yarı Yapılandırılmış Görüşme (Mülakat) Soruları

Değerli Öğrenciler,

Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsünde, Sosyal Bilgiler Eğitimi alanında yüksek lisans tezi hazırlamaktayım. Sosyal Bilgiler Dersi Bağlamında Ortaokul Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Düzeylerinin Girişimcilik Düzeyleriyle İlişkisi başlıklı bilimsel çalışma için veri toplamak amacıyla görüşlerinizden faydalanmak istiyorum. Elde edilen veriler sadece bu çalışma için kullanılacak olup başka bir kişi ile paylaşılmayacaktır. Görüşleriniz araştırmanın başarıyla tamamlanması için katkı sağlayacaktır. Çalışmaya katılıp, görüşlerinizi aktaracağınız için şimdiden teşekkür ederim.

Nazmiye BASKIN

Cinsiyet:

Sınıf:

1. Medya okuryazarlığı kavramına ilişkin görüşleriniz nelerdir?
2. Girişimcilik kavramına ilişkin görüşleriniz nelerdir?
3. Medya okuryazarlığı ile girişimcilik arasında sizce nasıl bir ilişki vardır? Açıklar mısınız?
4. Size göre medya okuryazarı olan bireyin sahip olması gereken özellikler nelerdir? Örneklerle açıkla mısınız?
5. Size göre girişimci olan bireyin sahip olması gereken özellikler nelerdir? Örneklerle açıkla mısınız?
6. Medyada (Tv, radyo, gazete, dergi, internet, facebook, instagram,vb) gördükleriniz sizi yeni fikir üretmeye yönlendirdiğini düşünüyor musunuz? Örneklerle açıkla mısınız?

Ek-5: Ortaokul öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeği

Ortaokul öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeği

Sevgili öğrenci,

Aşağıda girişimcilik özelliklerinizi belirlemek üzere maddelere yer verilmiştir. Bu maddeleri dikkatle okuyunuz. Daha sonra bu ifadelere hangi düzeyde sahip olduğunuzu değerlendirerek aşağıda bulunan seçenekler arasından kendinize uygun olanı işaretleyiniz. Çalışmanın amacına uygun bir şekilde değerlendirilebilmesi için soruları içtenlikle yanıtlamanız önemli görülmektedir. Yardımlarınız için teşekkür ederiz.

II. BÖLÜM

1. Başarılarımı devam ettirmek için çaba gösteririm. a) Kesinlikle katılmıyorum b) Katılmıyorum c) Katılıyorum d) Kesinlikle katılıyorum
2. Farklı konularda kendimi geliştirmeye çalışırım. a) Kesinlikle katılmıyorum b) Katılmıyorum c) Katılıyorum d) Kesinlikle katılıyorum
3. Belirlediğim hedefe ulaşmak için farklı yollar denerim. a) Kesinlikle katılmıyorum b) Katılmıyorum c) Katılıyorum d) Kesinlikle katılıyorum
4. Yeni bilgiler öğrenmek için çaba harcarım. a) Kesinlikle katılmıyorum b) Katılmıyorum c) Katılıyorum d) Kesinlikle katılıyorum
5. Belirlediğim bir hedefe ulaşmaya çalışırım. a) Kesinlikle katılmıyorum b) Katılmıyorum c) Katılıyorum d) Kesinlikle katılıyorum
6. Kararlarımı alırken kendime güvenirim. a) Kesinlikle katılmıyorum b) Katılmıyorum c) Katılıyorum d) Kesinlikle katılıyorum
7. Başarılı olmak için kendimi motive ederim. a) Kesinlikle katılmıyorum b) Katılmıyorum c) Katılıyorum d) Kesinlikle katılıyorum
8. Bir konuda başarılı olmak için istekli davranırım. a) Kesinlikle katılmıyorum b) Katılmıyorum c) Katılıyorum d) Kesinlikle katılıyorum

Ek-5(Devam): Ortaokul öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeği

9. Karşılaştığım yeni bilgilere ilgiyle yaklaşırım.
a) Kesinlikle katılmıyorum b) Katılmıyorum c) Katılıyorum d) Kesinlikle katılıyorum
10. Kendime olan güvenim yüksektir.
a) Kesinlikle katılmıyorum b) Katılmıyorum c) Katılıyorum d) Kesinlikle katılıyorum
11. Hayal kurmayı severim.
a) Kesinlikle katılmıyorum b) Katılmıyorum c) Katılıyorum d) Kesinlikle katılıyorum
12. Güçlü ve zayıf yönlerimi bilirim.
a) Kesinlikle katılmıyorum b) Katılmıyorum c) Katılıyorum d) Kesinlikle katılıyorum
13. İnsanların sorunlarını çözdüğümde kendime olan güvenim artar.
a) Kesinlikle katılmıyorum b) Katılmıyorum c) Katılıyorum d) Kesinlikle katılıyorum
14. Fırsatları değerlendirmek için risk alırım.
a) Kesinlikle katılmıyorum b) Katılmıyorum c) Katılıyorum d) Kesinlikle katılıyorum
15. Başarıya ulaşmak için risk alırım.
a) Kesinlikle katılmıyorum b) Katılmıyorum c) Katılıyorum d) Kesinlikle katılıyorum
16. Hayatta yeni şeyler keşfetmek için risk alırım.
a) Kesinlikle katılmıyorum b) Katılmıyorum c) Katılıyorum d) Kesinlikle katılıyorum
17. Hayallerimi gerçeğe dönüştürmek için risk alırım.
a) Kesinlikle katılmıyorum b) Katılmıyorum c) Katılıyorum d) Kesinlikle katılıyorum
18. Hayatımda risk almayı severim.
a) Kesinlikle katılmıyorum b) Katılmıyorum c) Katılıyorum d) Kesinlikle katılıyorum
19. İsteklerimi elde etmek için risk alırım.
a) Kesinlikle katılmıyorum b) Katılmıyorum c) Katılıyorum d) Kesinlikle katılıyorum
20. Bir sorunu çözmek için riskli yollar denerim.
a) Kesinlikle katılmıyorum b) Katılmıyorum c) Katılıyorum d) Kesinlikle katılıyorum

Ek-5(Devam): Ortaokul öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeği

21. Risk içeren konularda cesaretli davranırım. a) Kesinlikle katılmıyorumb) Katılmıyorumc) Katılıyorumd)Kesinlikle katılıyorum
22. Kararlarımı verirken risk alırım. a) Kesinlikle katılmıyorumb) Katılmıyorum c) Katılıyorumd)Kesinlikle katılıyorum
23. Aldığım riskli kararların sonuçlarını üstlenirim. a) Kesinlikle katılmıyorum b) Katılmıyorum c) Katılıyorum d) Kesinlikle katılıyorum
24. Risk alırken önsezilerime güvenirim. a) Kesinlikle katılmıyorum b)Katılmıyorumc)Katılıyorum d)Kesinlikle katılıyorum
25. Beklenmeyen durumlarda ortaya çıkan fırsatları değerlendiririm. a) Kesinlikle katılmıyorumb)Katılmıyorum c)Katılıyorum d)Kesinlikle katılıyorum
26. Elimdeki kaynaklarla orijinal ürünler ortaya koyarım. a) Kesinlikle katılmıyorumb) Katılmıyorum c) Katılıyorumd)Kesinlikle katılıyorum
27. Olumsuz durumları fırsata çeviririm. a) Kesinlikle katılmıyorum b) Katılmıyorum c) Katılıyorum d) Kesinlikle katılıyorum
28. Hayatta yaptığım hataları kendimi geliştirmek için bir fırsat olarak görürüm. a) Kesinlikle katılmıyorum b) Katılmıyorum c) Katılıyorum d) Kesinlikle katılıyorum
29. Olaylara farklı açılardan bakarım. a) Kesinlikle katılmıyorum b)Katılmıyorumc)Katılıyorum d)Kesinlikle katılıyorum
30. Öne sürdüğüm fikirler çevremdekiler tarafından desteklenir. a) Kesinlikle katılmıyorumb) Katılmıyorumc) Katılıyorumd)Kesinlikle katılıyorum
31. Bir konuda kimsenin göremediği fırsatları fark ederim. a) Kesinlikle katılmıyorumb) Katılmıyorumc) Katılıyorum d) Kesinlikle katılıyorum

Ek-6: Ortaokul Medya Okuryazarlığı Düzey Belirleme Ölçeği

ORTAOKUL MEDYA OKURYAZARLIĞI DÜZEY BELİRLEME ÖLÇEĞİ						
<i>Açıklama: Bu bölümde belirtilen davranış veya görüşlerin size uygunluk derecesi en yakın olan seçeneği 'X' ile işaretleyiniz.</i>		Bana hiç ymuyor	Bana çok az uyuyor	Bana oldukça uyuyor	Bana çok uyuyor	Bana tamamen uyuyor
1.	Televizyon, radyo, gazete veya dergi yayınlarında farklı bakış açılarına yer verilip verilmediğini anlayabilirim.	1	2	3	4	5
2.	Reklamdaki karakterlerle tanıtılan ürün arasındaki ilişkinin nasıl yansıtıldığını anlayabilirim.	1	2	3	4	5
3.	Reklamlarda ikna edici öğelerin nasıl sunulduğunu değerlendirebilirim.	1	2	3	4	5
4.	Reklamlarda sunulan ürünle ilgili iddiaların doğruluğunu değerlendirebilirim.	1	2	3	4	5
5.	Aynı haberin farklı gazetelerde veya haber programlarında nasıl sunulduğunu karşılaştırırım.	1	2	3	4	5
6.	Haberlerde yer alan konuların (ekonomi, siyaset, politika, vs.) dengeli sunulup sunulmadığını değerlendirebilirim.	1	2	3	4	5
7.	Yayın araçlarının çeşitli yöntemlerle izleyici üzerinde nasıl bir etki bırakmaya çalıştığını fark ederim.	1	2	3	4	5
8.	Haber yayınlarında tarafsızlık, gerçeklik-doğruluk ilkelerine dikkat edilip edilmediğini anlayabilirim.	1	2	3	4	5
9.	Yapımcı ve programcılarının ahlaki duyarlılık ve sorumluluklarını değerlendirebilirim.	1	2	3	4	5
10.	Televizyon, radyo, gazete veya dergi yayınlarının; kültürel ve manevi değerleri nasıl yansıttığını değerlendirebilirim.	1	2	3	4	5
11.	Televizyon yayınlarındaki programlarla reklamlar arasındaki ilişkiyi anlayabilirim.	1	2	3	4	5
12.	Aynı haberi birden fazla kaynaktan araştırarak doğruluğunu sorgularım.	1	2	3	4	5
13.	Gazete ya da dergi yayınlarında haber ve fotoğraf ilişkisini yorumlayabilirim.	1	2	3	4	5
14.	Reklamların insanları bilinçsiz tüketime özendirdiğinin farkındayım.	1	2	3	4	5
15.	Televizyon, radyo, gazete veya dergi yayınlarının sırf kendi görüş, fikir ve tutumlarını benimsetmeye çalıştığının farkına varırım.	1	2	3	4	5
16.	Programlarda sunulan karakterler ve yaşam tarzlarının toplumsal değerleri nasıl etkilediğini anlayabilirim.	1	2	3	4	5

Ek-6 (Devam) Ortaokul Medya Okuryazarlığı Düzey Belirleme Ölçeği

<i>Açıklama: Bu bölümde belirtilen davranış veya görüşlerin size uygunluk derecesi en yakın olan seçeneği 'X' ile işaretleyiniz.</i>		Bana hiç uyumuyor	Bana çok az uyuyor	Bana oldukça uyuyor	Bana çok uyuyor	Bana tamamen uyuyor
17.	Uzun süre televizyon izlemeyi bir zaman kaybı olarak görmem	1	2	3	4	5
18.	Televizyon izlemeye ailemden daha fazla zaman ayırırım.	1	2	3	4	5
19.	Planladığımdan daha uzun süre internette kalırım.	1	2	3	4	5
20.	İzlediğim televizyon programı yüzünden ödevlerimi yetiştiremem.	1	2	3	4	5
21.	Arkadaşlarımla oynamak yerine bilgisayarda oyun oynamayı tercih ederim.	1	2	3	4	5
22.	Televizyonda program seçme konusunda ailemle tartışırım.	1	2	3	4	5
23.	Akıllı işaret sembolü programın bana uygun olmadığını gösterse de o programı izlerim.	1	2	3	4	5
24.	İnternette doğru ve güvenilir bilgi kaynaklarına nasıl ulaşacağımı bilirim.	1	2	3	4	5
25.	İhtiyacım olan bilgiyi edinebileceğim en sağlıklı ve doğru medya aracının hangisi olduğuna karar verebilirim.	1	2	3	4	5
26.	Yayınlardaki hayal ürünü olan (gerçeklik dışı) öğeleri fark ederim.	1	2	3	4	5
27.	Bir konu araştırırken güvenilirliği ve doğruluğu onaylanmış bilgi kaynaklarını seçerim.	1	2	3	4	5
28.	Her web sitesinin güvenilir olmadığını farkındayım.	1	2	3	4	5
29.	Bilgi kaynaklarını karşılaştırarak hangisinin doğru ve güvenilir olduğuna karar verebilirim.	1	2	3	4	5
30.	İzlediğim programın ne tür işlevinin (bilgilendirme, eğlence, eğitim, kamuoyu oluşturma, vs) olduğunu belirleyebilirim.	1	2	3	4	5
31.	Ulaştığım bilgilerin bir kişinin düşüncesi ve görüşlerini mi, yoksa gerçeği mi yansıttığını incelerim.	1	2	3	4	5
32.	Herhangi bir konuyla ilgili tanıtıcı bir afiş tasarlayabilirim.	1	2	3	4	5
33.	Kendi fikir ve görüşlerimi iletebileceğim bir gazete veya dergi hazırlayabilirim.	1	2	3	4	5
34.	Anlatmak istediğim bir konuyla ilgili etkileyici sunum hazırlayabilirim.	1	2	3	4	5

ETİK KURUL KARARLARI



**T.C.
RECEP TAYYİP ERDOĞAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER ETİK KURULU**

DEĞERLENDİRME RAPORU

Toplantı Tarihi : 08.12.2020
Toplantı Sayısı : 2020/163

Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tezli Yüksek Lisans öğrencisi Nazmiye BASKIN “Sosyal Bilgiler Dersi Bağlamında Ortaokul Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Düzeylerinin Girişimcilik Düzeyleriyle İlişkisi: Rize İli Örneği” isimli projesi kapsamında yürütülecek çalışmalar için izin talebi kurumumuzca değerlendirilmiş olup;

- ☒ Etik açıdan uygun bulunmuştur.
- ☐ Etik açıdan uygun bulunmamıştır.
- ☐ Etik açıdan önerilen değişikliklerin yapılmasıyla uygun bulunmuştur.



Prof. Dr. Ahmet İshak DEMİR
Başkan



Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Fener Mah. Zihni Derin Yerleşkesi 53100 RİZE
Tel: 0464 223 81 80 Faks: 0464 223 63 28
www.erdogan.edu.tr

ETİK KURUL KARARLARI

T.C.
RECEP TAYYİP ERDOĞAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
ENSTİTÜ YÖNETİM KURULU KARARLARI

TOPLANTI TARİHİ: 19.10.2020

TOPLANTI SAYISI:445

Enstitü Yönetim Kurulu Enstitü Müdürü Doç. Dr. Ahmet Yanık Başkanlığında toplanarak aşağıdaki kararı almıştır.

KARAR-4

Enstitümüz Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi Ana Bilim Dalı Sosyal Bilgiler Öğretmenliği Tezli Yüksek Lisans Programı öğrencilerinin tez konusu önerisi formları görüşüldü ve Üniversitemiz Lisansüstü Eğitim-Öğretim Yönetmeliği'nin 31. maddesi gereğince aşağıda belirtildiği şekilde kabulüne oy birliği ile karar verildi.

Program	Öğrenci No- Adı -Soyadı	Tez Konusu	Danışman	Yılı
SBÖ Tezli YL	192724015-Sencer Bilal Bostan	Sosyal Bilgiler Öğretiminde Eğitsel Oyunlara İlişkin Öğretmen ve Ortaokul Öğrencilerinin Görüşleri	Doç. Dr. İlhan Turan	2020
SBÖ Tezli YL	192724010-Muhammet Atalay	Zaman ve Kronolojiyi Algılama Etkinliklerinin Öğrencilerin Tarihsel Empati Becerilerine ve Tarih Konularına Karşı Tutumlarına Etkisi	Dr. Öğr. Üyesi Ayşe Seyhan	2020
SBÖ Tezli YL	192724009-İrfan Ayyıldız	Sosyal Bilgiler Öğretmenlerinin Uzaktan Eğitime İlişkin Görüşleri ve Kültür ve Miras Öğrenme Alanı Uygulamalarının İncelenmesi (Trabzon İli Örneği)	Dr. Öğr. Üyesi Ayşe Seyhan	2020
SBÖ Tezli YL	182724003-Havva Saruhan	Estetik Değerinin Sosyal Bilgiler Dersi Kitaplarındaki Yeri ve Estetik Değerine İlişkin Öğretmen Görüşleri	Dr. Öğr. Üyesi Ayşe Seyhan	2020
SBÖ Tezli YL	192724001-Yağmur Akar	Sosyal Bilgiler Dersinde Teknoloji Destekli Öğretim Uygulamalarıyla Değişim ve Süreklilik Becerisinin Kazandırılmasına Yönelik Öğretmen Görüşleri (Osmaniye İli Örneği)	Dr. Öğr. Üyesi Ayşe Seyhan	2020
SBÖ Tezli YL	192724008-Nazmiye Başkın	Sosyal Bilgiler Dersi Bağlamında Ortaokul Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Düzeylerinin Girişimcilik Düzeyleriyle İlişkisi: Rize İli Örneği	Doç. Dr. İlhan Turan	2020

Enstitü Yönetim Kurulu Başkanı

Dr. Öğr. Üyesi Burak Koçak
Müdür V.

İMZA

Dr. Öğr. Üyesi Gül Yılmaz Çal
Müdür Yardımcısı

İMZA

Prof. Dr. Halis Türker Balaydın
Yönetim Kurulu Üyesi

İMZA

Doç. Dr. Bayramali Nazıroğlu
Yönetim Kurulu Üyesi

İMZA

Raportör

Neşe Öztürk
Enstitü Sekreteri

İMZA

ASLININ AYNIDIR
19.10.2020

