

Original article

Sosyal Bilgiler Dersi Bağlamında Ortaokul Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Düzeylerinin Girişimcilik Düzeyleriyle İlişkisi: Rize İli Örneği¹

The Relationship between Secondary School Students' Media Literacy and Entrepreneurship Levels in the Context of Social Studies School Subject: Case of Rize Province

Nazmiye Baskın ^a & İlhan Turan ^{b, *}

^aRecep Tayyip Erdoğan University, Rize, Türkiye

^bDepartment of Turkish and Social Sciences Education, Faculty of Education, Recep Tayyip Erdoğan University, Rize, Türkiye

Özet

Bu 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. 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 ilişkiyi belirlemek için korelasyon analizi, yordama gücünü belirlemek için regresyon analizi yapılmıştır. Araştırmanın nitel verileri içerik analiz tekniği ile değerlendirilmiştir. Çalışmanın nicel sonuçlarına göre: 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, Medya Okuryazarlık, Girişimcilik, Ortaokul Öğrencileri.

Abstract

The aim of this study is to determine the relationship between the media literacy levels of secondary school students and their entrepreneurship levels in the context of Social Studies course. 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. In this study, "Personal

¹ Bu çalışma, Nazmiye Baskın'ın Prof. Dr. İlhan TURAN danışmanlığında hazırladığı "Sosyal Bilgiler Dersi Bağlamında Ortaokul Öğrencilerinin Medya Okuryazarlık Düzeylerinin Girişimcilik Düzeyleriyle İlişkisi: Rize İli Örneği" isimli yüksek lisans tezinden yararlanılarak hazırlanmıştır.

* Corresponding author:

İlhan Turan, Department of Turkish and Social Sciences Education, Faculty of Education, Recep Tayyip Erdoğan University, Rize, Türkiye.
Email: nazmiye_baskin19@erdogan.edu.tr

Information Form", "Entrepreneurship Scale for Secondary School Students", "Secondary School Media Literacy Level Determination Scale" and "Semistructured 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) for more than two groups, 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: In the context of Social Studies course, it was concluded that the media literacy levels of secondary school students were 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 was revealed that secondary school students emphasized that there are common aspects between media literacy and entrepreneurship.

Keywords: Social Studies, Media Literacy, Entrepreneurship, Secondary School Student.

Received: 20 March 2023 * **Accepted:** 21 November 2023 * **DOI:** <https://doi.org/10.29329/jsve.2023.634.4>

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 yapabilen, topluma ve kültüre katkı sağlayabilen özelliklere sahip kişi olarak tanımlanmaktadır (MEB, 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 (Gömlüksiz 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 (MEB, 2018). Bu çalışma kapsamında sadece “medya okuryazarlığı” ve “girişimcilik” becerilerine odaklanılmıştır.

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.

Literatür incelendiğinde, medya okuryazarlığı ve girişimcilik ile ilgili ayrı ayrı konu alan mevcut çalışmaların yapıldığı görülmektedir. Bu çalışmalar medya okuryazarlığının seçmeli ders olarak ele alınması, öğretmen ve öğretmen adaylarının düzeyleri, eleştirel düşünme, yaratıcı düşünme gibi becerilerle ilişkilendirilmesi, öğretmen ve öğrenci görüşleri gibi konuları; girişimcilik ile ilgili yapılan çalışmalarda ise yenilikçilik, yaratıcı, yansıtıcı ve eleştirel düşünme becerileriyle ilişkilendirilmesine yönelik çalışmaların ön plana çıktığı görülmektedir. Bu inceleme sonucunda ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeylerinin girişimcilik düzeyleriyle ilişkisini konu alan bir çalışma bulunmamıştır. 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 eksiklik olarak görülmüştür. Bu çalışma kapsamında Sosyal Bilgiler dersi bağlamında ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeylerinin girişimcilik düzeyleriyle ilişkisini belirlemeyi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda aşağıdaki 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 ve ailenin toplam aylık geliri” değişkenlerine göre farklılaşmakta mıdır?

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

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.

YÖNTEM

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 çalışmanın nicel boyutunda, tarama modellerinden ilişkisel tarama araştırma modeli kullanılmıştır. Nicel sonuçları desteklemek ve daha detaylı bilgi elde etmek amacıyla araştırmanın nitel boyutunda ise görüşme tekniklerinden biri olan yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır.

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 çalışmada nitel ve nicel veriler için iki çalışma grubu seçilmiştir. Bu araştırmanın 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). Araştırmanın ikinci aşamasında çalışmanın nitel çalışma grubu, nicel çalışma grubu içerisinde amaçlı örnekleme yöntemiyle seçilen

30 ortaokul öğrencisi oluşturmaktadır. Amaçlı örnekleme yönteminin seçilmesinin nedeni, araştırmanın amacına bağlı olarak bilgisel olarak derinlemesine incelenmesinin gerçekleşmesi veya bilgi açısından zengin durumların oluşması için tercih edilmektedir (Büyüköztürk, Kılıç Çakmak, Akgün, Karadeniz, Demirel, 2019).

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. Çalışmanın etik kurul izni Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulundan (2020/163) alınmıştır.

Kişisel Bilgi Formu

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 “Kişisel Bilgi Formu” kullanılmıştır.

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) tarafında geliştirilen “ortaokul öğrencilerine yönelik girişimcilik ölçeği”nin (EK-5) kullanılmasına karar verilmiştir. Ortaokul Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeği, 4’lü Likert tipinde “Kesinlikle katılmıyorum, Katılmıyorum, Katılıyorum, Kesinlikle katılıyorum” şeklindedir. Ölçek 31 madde ve 3.alt boyuttan (1:Özfarındalık;2:Risk alma; 3:Fırsatları değerlendirme) oluşmaktadır. Eroğlu vd., (2020) tarafından yapılan iç tutarlılık katsayısı $\alpha=0,90$ olarak belirlenmiştir. Bu çalışmada kullanmak için araştırmacı tarafından yapılan ortaokul öğrencilerine yönelik girişimcilik ölçeğine ilişkin Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayıları 0.94 olarak bulunmuştur.

Ortaokul Medya Okuryazarlığı Düzey Belirleme Ölçeği

Araştırmada Aydemir (2013) tarafından geliştirilen “Ortaokul Medya Okuryazarlığı Düzey Belirleme Ölçeği” kullanılmıştır. Ölçek 5’li likert tipinde: Bana hiç uymuyor, Bana çok az uyuyor, Bana oldukça uyuyor, Bana çok uyuyor, Bana tamamen uyuyor şeklinde

kodlanmıştır. Ölçek 34 madde ve 4 faktörden (Anlama, analiz etme ve değerlendirme, medyayı bilinçli kullanma, bilgiyi doğru medya kaynaklarında arama, kendi mesajlarını oluşturma) oluşmaktadır. Ölçek geliştirici tarafından yapılan Cronbach Alpha toplam iç tutarlık katsayısı ölçeğin geneli için .91 olduğu tespit edilmiştir (Aydemir, 2013). Bu çalışmada kullanmak için araştırmacı tarafından yapılan

ortaokul medya okuryazarlığı düzey belirleme ölçeğinin toplamına ilişkin Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayıları 0.93 olarak bulunmuştur. Bu nedenle medya okuryazarlığı düzey belirleme ölçeğinin toplamı güvenilirlik katsayısının yüksek düzeyde olduğu kabul edilmektedir. Çünkü Cronbach alfa değerinin 0.70 ve üzerinde olması ölçek güvenilirliği için yeterli kabul edilmektedir (Büyüköztürk, 2019:183).

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). Ortaokul öğrencileriyle gerçekleşen görüşmelerde medya okuryazarlığı ve girişimcilik kavramlarına ilişkin öğrenci görüşlerinin neler olduğuyula ilgili sorulardan oluşan yarı yapılandırılmış görüşme formu araştırmacı tarafından hazırlanmıştır. Görüşme soruları, çalışmanın amacına uygun ve anlaşılır bir dille hazırlanmıştır. Soruların hazırlama sürecinde konuyla ilgili literatür taranmış ve uzman görüşleri alınarak soruların geçerlilik ve güvenilirliği sağlanarak hazırlanmıştır. Görüşmeye katılan öğrencilerin gönüllü katılmaları göz önünde bulundurulmuştur.

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. Veri toplama amacıyla Google form oluşturularak katılımcılara çevrim içi ulaşılmıştır. 2020-2021 Eğitim-Öğretim yılının 1. ve 2. döneminde uygulanmıştır. 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 ulaşılmıştır.

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 alınmasından rahatsız olacakları ifade ettiklerinden dolayı görüşme anketi yazılı şekilde 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.

Verilerin Analizi

Araştırmanın verileri nicel ve nitel iki boyutta toplanmış olup verilerin analizi araştırmanın amacına uygun tekniklerle çözümlenmiştir. 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. 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. Morgan ve vd. (2004) çarpıklık ve basıklık katsayılarının -1 ile 1 arasındaki değerleri normal dağılımın ölçüsü olarak kabul etmektedir. Buna göre mevcut çalışmadaki çarpıklık ve basıklık değerleri verilerin normal dağılım gösterdiği sonucunu göstermektedir. 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 ve ailenin toplam aylık geliri değişkenine göre farklılık gösterip göstermediğine bakmak için parametrik bir test olan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır. Buna ek olarak medya okuryazarlığı ile girişimcilik arasındaki ilişkinin belirlenmesi için korelasyon analizi yapılmıştır. Medya okuryazarlığının girişimcilik üzerindeki etkisini ortaya çıkarmak içinde basit regresyon analizi yapılmıştır.

Çalışmanın nitel boyutunda “Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu” aracıyla elde edilen veriler içerik analiz tekniği uygulanarak çözümlenmiştir. 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, $Güvenirlik = \frac{Görüş\ Birliği}{(Görüş\ Birliği + Görüş\ Ayrılığı)} \times 100$ şeklindeki formülü uygulanmıştır. Bu kapsamda bu çalışmanın güvenilirliği % 90 olarak hesaplanmıştır. Miles ve Huberman güvenirlüğün %70 ve üzeri olmasını yeterli olduğunu ifade etmişlerdir (Miles ve Huberman, 1994).

BULGULAR

Bu bölümde araştırmanın amacı doğrultusunda kullanılan veri toplama araçlarından elde edilen verilerin sonuçları kullanılarak oluşturulan bulgular ve yorumlarına ilişkin tablolar yer almaktadır.

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

“Sosyal Bilgiler dersi bağlamında ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeyleri nasıldır?” bu sorunun yanıtını bulmak amacıyla ortama ve standart sapma hesaplanmıştır ve elde edilen sonuçlar tablo 1’de sunulmuştur.

Tablo 1.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 1 incelendiğinde, ortaokul 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 düzeyde olduğunu göstermektedir.

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

“Sosyal Bilgiler dersi bağlamında ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeyleri cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?” sorusunun yanıtını bulmak için t-testi yapılmıştır. Analiz sonucunda elde edilen sonuçlar tablo 2’de gösterilmiştir.

Tablo 2. Ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeylerinin cinsiyet değişkenine göre farklılık gösterip göstermediğine ilişkin T-testi sonuçları

	Cinsiyet	N. \bar{X} ve SS Değerleri		Levene Testi			t-Testi		
		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					

*p<0.05

Tablo 2'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.

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 3'te sunulmuştur.

Tablo 3. Ortaokul öğrencilerinin ailenin toplam aylık geliri değişkenine göre medya okuryazarlık düzeylerine ilişkin ANOVA analiz sonuçları

	Ailenin Toplam Aylık Geliri	N	\bar{X}	SS	Homojenlik Testi		Varyansın kaynağı	Kareler Toplamı	SD	Kareler Ortalaması	F	P	Anlamlı Fark
					Levene	F							
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
	5000-10.000TL (2)	151	3.49	0.71			Gruplar İçi	315.398	696	0.45			3>1,2
	10.000 TL ve üstü (3)	48	3.59	0.64			Toplam	327.799	698				

*p<0.05

Tablo 3'teki analiz sonuçları incelendiğinde ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeyleri ailenin toplam aylık geliri değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir [F_(13.683) =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

5000-10.000 TL olan ile 0- 5000 TL aylık geliri olan arasında, 10.000 ve üstü ile 5000-10.000 TL arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Bu sonuca göre öğrencilerin ailesinin toplam aylık geliri yükseldikçe medya okuryazarlık düzeylerinde yükseldiği söylenebilir.

Sosyal Bilgiler Dersi Bağlamında Ortaokul Öğrencilerinin Girişimcilik Düzeylerinin Boyut Bazında Değerlendirilmesi

“Sosyal Bilgiler dersi bağlamında ortaokul öğrencilerinin girişimcilik düzeyleri nasıldır?” bu sorunun yanıtını bulmak amacıyla ortama ve standart sapma hesaplanmıştır ve elde edilen sonuçlar tablo 4’te sunulmuştur.

Tablo 4. 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 4’teki Sosyal Bilgiler dersi bağlamında ortaokul öğrencilerinin toplam ölçekten ve alt boyutlarından aldıkları puanlara bakıldığında; 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.

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

Sosyal Bilgiler dersi bağlamında ortaokul öğrencilerinin girişimcilik düzeyleri cinsiyetlerine göre anlamlı bir 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 5’te gösterilmiştir.

Tablo 5. Ortaokul öğrencilerinin girişimcilik düzeylerinin cinsiyetlerine göre farklılık gösterip göstermediğine ilişkin T-testi sonuçları

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

*P<0.05

Tablo 5 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.

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 6 da sunulmuştur.

Tablo 6. Ortaokul öğrencilerinin ailenin toplam aylık geliri değişkenine göre girişimcilik düzeylerine ilişkin ANOVA analiz sonuçları

	Ailenin Toplam Aylık Geliri	N	\bar{X}	SS	Homojenlik Testi		Varyansın kaynağı	Kareler Toplamı	SD	Kareler Ortalaması	F	P	Anlamlı Fark
					Levene	F							
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 6 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 tespit edilmiştir.

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 7’de hesaplanmıştır

Tablo 7. 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	Öz farkındalık	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 7 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).

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 8’de yer verilmiştir.

Tablo 8. 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 8’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 [$R=.461$, $R^2=.212$, $F(1.698)=187.706$, $P=.000$]. 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.

Medya okuryazarlığı ve girişimcilik kavramına ilişkin ortaokul öğrencilerinin görüşleri nelerdir?
Sorusuna İlişkin Bulgular

Araştırmanın nitel kısmında yapılan yarı yapılandırılmış görüşme sonucunda, katılımcıların medya okuryazarlığı ve girişimcilik kavramına ilişkin görüşleri yer almaktadır. Öğrencilerin verdikleri ifadelerden tema, alt tema, frekans ve katılımcı kodları şeklinde tablolaştırılarak açıklanmıştır. Medya okuryazarlığı kavramına ilişkin öğrenci görüşleri tablo 9’da yer verilmiştir.

Tablo 9. 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 9 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 çağrıştırıyor*” 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. Girişimcilik kavramına ilişkin ortaokul öğrencilerinin görüşleri tablo 10’da yer verilmiştir.

Tablo 10. 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 10 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 ifadelere 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. 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.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Yapılan bu çalışma sonucunda, Sosyal Bilgiler dersi bağlamında ortaokul öğrencilerin medya okuryazarlık düzeylerinin 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: Ebṙn 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 cinsiyet değişkenine 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. Tanrıku (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 Ebṙn 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.

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.

Yapılan araştırma sonucunda, ortaokul öğrencilerin girişimcilik becerilerinin yüksek düzeyde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bunun yanında öğrencilerin girişimcilik becerilerinin alt boyutlarına bakıldığında; öz farkındalık 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 bulunmuştur.

Çalışmanın demografik değişkenlerine göre öğrencilerin girişimcilik düzeyinin 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) ilköğretim 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.

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 arttıkça 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.

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 arttıkça 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 değişkeninin 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.

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, çözümlenme, 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 buldukları 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.

Öneriler

- 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.

- 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.
- Öğretmenlerin, medya okuryazarlığı ve girişimcilik becerilerinin Sosyal Bilgiler dersinde kazandırılması için ne tür yöntem, teknik ve etkinlikleri uygulayabileceklerine ilişkin bir çalışma yapılabilir.

KAYNAKLAR

- Aktı, S. (2011). İlköğretim sekizinci sınıf öğrencilerinin medya okuryazarlığı ile sosyal beceri düzeyleri arasındaki ilişkinin belirlenmesi. *Yüksek Lisans Tezi, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Elazığ.*
- Aslan, N. Basel, Tuncer, A. (2016). Eğitim Fakültesi öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeyleri (İzmir Örnekleme), *Kastamonu Eğitim Dergisi* 25(4),1353-1372.
- 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. (2013). Ortaokul 8. sınıf öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeylerinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir.*
- Başar, M. (2013). *Girişimcilik: (girişimcilik ve girişimcilik süreçleri).*(Ed: Ürper Y.). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi AÖF Yayınları.
- 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.
- 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 incelenmesi. *Yüksek Lisans Tezi, Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü. Ağrı.*
- Çalışır, R. (2019). Ortaokul öğrencilerinin girişimcilik yeterlikleri. *Yüksek Lisans Tezi, Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Düzce.*
- Çelik, E. (2019). Sosyal Bilgiler programında yer alan girişimcilik ve kariyer bilinci kazanımlarına ilişkin öğretmen ve öğrenci görüşleri. *Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi. Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Erzurum.*

- Çepni, O., Palaz, T. ve Ablak, S.(2015). Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarının medya ve televizyon okuryazarlık düzeylerinin çeşitli değişkenlere göre incelenmesi, *Intematinal periodical for The Languages,Literature and History of Turkish or Turkic* 10(11), 431446.
- Çinelioğlu, G. (2013). Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarının medya okuryazarlığı dersine yönelik tutumlarını incelemesi. *Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.*
- 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.
- Deveci, Y, Çengelci, A. (2008). Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarından Medya Okuryazarlığına Bir Bakış. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 5 (2), 2543
- 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.
- Eroğlu, S. ve Deveci, H. (2021). Ortaokul öğrencilerinin girişimcilik düzeyleri ve girişimcilik becerisinin sosyal bilgiler dersinde kazandırılmasına ilişkin 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 ilişkin çok boyutlu bir analiz: Orta öğretimde bir araştırma. *Savunma Bilimleri Dergisi*, 18 (1), 2148-1776
- Gömlüksiz, 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.
- Gürkan, H. (2022). *Lise öğrencilerinin siber zorbalık ile medya okuryazarlık ve akıllı telefon bağımlılığı düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi: Uzunköprü İlçesi Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Edirne.*
- Hopurcuoğlu, A. ve Akaydın, A. (2016). *Ortaokul Öğrencilerin Medya Okuryazarlık Düzeyleri. Turkish Studies (Elektronik)*,11(3),1273-1286.
- 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. *Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.*
- Kaya, A. (2020). Sınıf öğretmeni adaylarının 21. yüzyıl becerileri kapsamında girişimcilik becerilerinin incelenmesi. *Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Çanakkale.*
- Keleş, B. M. (2021). Okul öncesi öğretmen adaylarının girişimcilik kavramı hakkındaki düşünceleri ve sahip oldukları girişimcilik özelliklerinin incelenmesi, *Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale onsekiz Mart Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Çanakkale.*
- Kıran, Ö. (2020). Temel yaklaşımlar açısından medya okuryazarlığı eğitimi, *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 39(3), 233-248
- Kurudayıoğlu, M. ve Tüzel, S. (2010). 21. Yüzyıl Okuryazarlık Türleri, Değişen Metin Algısı Ve Türkçe Eğitimi, *TÜBAR-XXVIII-/283-298.*

- MEB. (2018). Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı (İlkokul ve ortaokul 4, 5, 6 ve 7. sınıflar). Ankara
<https://ttkb.meb.gov.tr/> adresinden alınmıştır.
- Miles, M. B. ve Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis* (2th ed). Thousand Okaks: Sage Publications
- 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.
- Ortaokarsu, F. ve Can, Ş. (2019). Ortaokul Öğrencilerinin Fen Tabanlı Girişimcilik Eğilimlerinin Araştırılması, *Eğitim Kuram ve Uygulama Araştırmaları Dergisi*, 5 (3), 361-369
- Özel. B. (2020). *Yeni medya okuryazarlığı bağlamında z kuşağının sosyal medya kullanım alışkanlıkları*. Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Özman, C. (2013). Spor yöneticiliği bölümünde öğrenim gören üniversite öğrencilerinin girişimcilik düzeyinin değerlendirilmesi, *Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul*.
- Pay, L. V. ve Akay, C. (2015). Eğitim Fakültesi öğrencilerinin girişimcilik düzeylerinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi, *Education Sciences*, 10(2),125-138.
- RTÜK. (2016). *Medya okuryazarlığı araştırması*. Ankara.
https://www.medyakuryazarligi.gov.tr/menu_goster.php?Guid=B7AA7732-15934B32-BDE5-D76E64C2A5FA&MenuId=2/ adresinden 15 Aralık 2022 tarihinde alınmıştır.
- Sarı, D. ve Katrancı, M. (2021). İlkokul dördüncü sınıf öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerinin *incelenmesi*, *Gazi Eğitim Bilimleri Dergisi*,7(3),334-360
- Tanrıkulu, S. (2019). *Medya okuryazarlığı ve medya okuryazarlığı dersinin öğrencilere katkısı üzerine bir araştırma*, *Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya*.
- Toker, H. (2022). Ortaöğretim öğrencilerinin girişimcilik becerilerinin bazı değişkenler açısından incelenmesi. *Yüksek Lisans Tezi, Yozgat Bozok Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yozgat*.
- Tüysüz, C. ve Kılıç, O. U. (2022). Ortaokul öğrencilerinin fen tabanlı girişimcilik düzeyi ile eleştirel düşünme eğilimi arasındaki ilişkinin incelenmesi, *Milli Eğitim*, 51(236), 31073120.
- Yardım, A. (2019). Ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlığına ilişkin tutumları (Adıyaman İli Örneği), *Yüksek Lisans tezi, Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adıyaman*.
- Yıldırım, A. Şimşek, H.(2018). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, (11.Baskı). Ankara, Seçkin Yayıncılık.