

TEKNOFEST
HAVACILIK, UZAY VE TEKNOLOJİ FESTİVALİ
EĞİTİM TEKNOLOJİLERİ YARIŞMASI
PROJE DETAY RAPORU

PROJE ADI

Medyayı Doğru Oku Doğru Yaz

TAKIM ADI

Gizemli Medya Kaşifleri

BAŞVURU ID

60093

İçindekiler

1.Proje Özeti (Proje Tanımı)	2
2.Problem/Sorun:.....	3
3.Çözüm:	3
4.Yöntem:	5
5.Yenilikçi (İnovatif) Yönü.....	10
6.Uygulanabilirlik:	10
7.Tahmini Maliyet ve Proje Zaman Planlaması:	11
8.Proje Fikrinin Hedef Kitle (Kullanıcılar):	11
9.Riskler:	11
10.Kaynaklar	13

1.Proje Özeti (Proje Tanımı)

Dijital dünyanın içine doğan z kuşağı ve alfa kuşağı her gün medya ile iç içedir.Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK)'nun Medya Okuryazarlığı araştırmasına göre çocuklar günde 3,5 saat televizyon izlemekte ve 3,5 saatte internet kullanmaktadır (RTÜK, 2016) Bu süreler pandemi ile birlikte daha da artmış durumdadır. Özellikle küçük çocuklar TV'den gelen mesajlar karşısında direkt alıcı durumundadırlar ve gerçek ile kurguyu ayırt edememektedirler. (Aktı, 2011) Ayrıca çok televizyon izleyen çocuklarda dikkat eksikliği ve hiperaktivite gibi problemlere rastlanmaktadır. (Öztürk & Karayağız, 2007). Toplumda çocukların medyayı bilinçsiz kullandıkları ve zarar gördükleri yolunda pek çok şikayet vardır ancak soruna etkili bir çözüm önerisine rastlanmamıştır. Örgün eğitimde medya okuryazarlığı ile ilgili eğitim 7 ve 8. Sınıfta seçmeli ders olarak yer almaktadır.Medyayla içiçe olan ilkokulların, 5. ve 6. sınıfların da medyanın zararlı içeriklerinden korunma, medyayı daha doğru ve verimli kullanmalarını sağlama, medya mesajlarını çözümleme, yorumlama ve kendi süzgecinden geçirerek farkındalığı yüksek şekilde kullanma becerilerini kapsayan medya okuryazarlığı eğitimi almaları gerekmektedir.

“*Medyayo Doğru Oku Doğru Yaz (Medya DODY) Projesi*” ile bu boşluğu doldurmak ve medya sorununu medyanın kendisi ile çözmek amacıyla 3-4-5 ve 6. sınıf düzeyindeki medya okuryazarlığı eğitimi almayan çocukların zaman ve mekan sınırlaması olmaksızın medya okuryazarlığının temel kavramlarını eğlenerek öğrenmelerini hedefleyen bir eğitim tasarlanmıştır. Medya okuryazarlığı eğitimcilerin gündeminde bir mesele olmasına karşın genellikle ne yapacağız sorusuna yanıt aranırken geleneksel şekilde kağıda bağlı kalınıyorken, bu projede hedef kitlenin yaşı da göz önünde bulundurularak hızlı ve pratik bir erişim imkanı sunması nedeni ile çocukların çok aşına olup sevdikleri bir yolla yani teknoloji ve medya kullanarak “*Medya DODY: Medyayı Doğru Oku Doğru Yaz*” adıyla bir aplikasyon geliştirilmiştir. Bu aplikasyon ile her an erişilebilir ve eğlence ile harmanlanmış bir eğitim içeriği sunulmuştur. Medya DODY aplikasyonu medya okuryazarlığı alanında Türkiye’de hazırlanan ilk aplikasyon olma özelliğini taşımaktadır.

Medya DODY ile medya mesajlarını yorumlamanın, akıl süzgecinden geçirmenin gerekliliği ve yolları anlatılırken yine medyadan yararlanılarak doğru medya üretimine de bir

örnek sunulmaya çalışılmıştır. Bu sayede elimizdeki medyanın doğru kullanılmazsa nelere sebep olabileceği, doğru kullanmak için nelere dikkat edilmesi gerektiği ve en önemlisi de sadece tüketmek ve içeriklerden şikayet etmek yerine doğru medyayı üretmek için her birimizin kolları sıvaması gerektiği anlatılmaya çalışılmıştır.

Bu amaçla 3-4-5 ve 6. sınıf öğrencilerinden oluşan 57 kişilik bir örneklem belirlenmiştir. Bir ön test yoluyla eğitim ihtiyaç analizi yapılmış ve 10 konu başlığı belirlenmiştir. Bu konularla ilgili 11 adet eğitici video oluşturulmuştur. Video içeriklerini pekiştirmek amacıyla web 2.0 araçlarıyla -11 tanesi kodlama ile olmak üzere- 22 adet eğitici, eğlenceli ölçme değerlendirme oyunu yapılmış ve aplikasyon haline getirilmiştir. Ayrıca aplikasyonda eğitim sonunda, tamamladıkları eğitimle ilgili olarak bir belgeye sahip olabilmeleri için diploma adıyla “*Medya DODY Takımı Belgesi*” eklenmiştir. Bunun yanında aplikasyona, cihazların ekranını eğitim aracı olarak kullanmak ve aidiyet oluşturmak amacıyla, videolardaki önemli mesajları hatırlatacak slogan ifadeleri içeren (Örneğin: ‘*Medya dilediğini yazsın, ben bildiğimi okurum!*’ vb.) ve takım ruhunu destekleyecek 9 adet telefon ekran resmi eklenmiştir. Aplikasyon linkini paylaştığımız herkes kolayca cihazına indirerek “*Medya DODY*” uygulamasına ulaşabilmektedir. Ücretsiz olarak uygulama mağazalarında da paylaşılacaktır. Aplikasyonu indirmeden içeriklere erişmek isteyenler için ise “*Medyayı Doğru Oku Doğru Yaz*” YouTube kanalı oluşturulmuştur. Araştırma sonucunda Medya DODY gibi aplikasyonların öğrencilerin medya okuryazarlığı bilinci kazanmalarına olumlu katkı sunabileceği, medya okuryazarı olmanın bazı değerleri korumaya yardımcı olabileceği, kısa ve anlaşılır eğitim videoları ve bilişim teknolojileri kullanılarak hazırlanan içeriklerle öğrenmenin daha eğlenceli ve kolay gerçekleştirilebileceği sonucuna varılmıştır. Ayrıca projenin medya üretimine olumlu bir örnek oluşturacağı düşünülmektedir.

2.Problem/Sorun:

Dijital dünyanın içine doğan z kuşağı ve alfa kuşağı okul öncesinden itibaren medya kullanmaktadır. Pandemi döneminde medya kullanımları daha da artmış, dikkat çekici bir sorun haline gelmiştir. Kullanım miktarının yanında medya iyi ve kötü, zararlı ve yararlı birçok içerik sunmaktadır. Medya birçok şey öğrettiği ve eğlendirdiği gibi, doğru kullanılmadığında da çok tehlikeli ve zararlı olabilmektedir. Bu sebeple medyanın dikkatli ve bilinçli kullanılması gerekir. Ancak medya kullanımı ile ilgili bilinç geliştiren medya okuryazarlığı ile ilgili eğitim 7 ve 8. sınıfta seçmeli ders olarak yer almaktadır. İlkokulların, 5. ve 6. sınıfların da medyayı doğru kullanmak için medya okuryazarlığı eğitimi almaları gerekmektedir. Ancak medya okuryazarlığını tamamen kapsayacak çocuklara yönelik herhangi bir eğitim materyali bulunmamaktadır. Uygulama mağazalarında medya okuryazarlığı konusunda hiç aplikasyon bulunmamaktadır.

3.Çözüm:

Çözüm olarak “*Medya DODY: Medyayı Doğru Oku Doğru yaz*” adında bir aplikasyon geliştirilmiştir. Ayrıca aplikasyonu indirmeden içeriklere erişmek isteyenler için de “*Medyayı Doğru Oku Doğru Yaz*” YouTube kanalı oluşturulmuştur. Bu sayede zaman ve mekân sınırlamasını ortadan kaldırarak, Türkiye’nin herhangi bir köşesinde her an erişilebilir, eğlence ile harmanlanmış bir eğitim materyali oluşturulmuştur. Bu eğitim sayesinde çocukların medyayı

daha bilinçli ve farkındalığı yüksek şekilde kullanmaları hedeflenmiştir. Ayrıca medya okuryazarlığı becerilerinden olan eleştirel düşünme, araştırma, gözlem gibi becerilerin gelişmesine katkı sağlaması amaçlanmıştır.

Tablo 1:

Medya DODY Projesinin Çözüm Ürettiği Sorunlar ve Eğitime Katkısı

Sorun	Çözüm	Eğitime Katkısı
Çocuklar doğdukları andan itibaren medya ile içiçe olmalarına karşın medyadan akan bilgi ve etki karşısında seçici davranacak bilgi ve becerileri barındıran medya okuryazarlığı eğitiminin sadece 7 ve 8. sınıflarda seçmeli ders olarak veriliyor olması sebebiyle özellikle ilkökul ve ortaokul 5-6. sınıfların medya kullanımı ile ilgili eğitim almıyor olmaları.	Medya okuryazarlığı eğitimi ile ilgili eğitim ihtiyaç analizi yapılarak eğitim içeriklerinin belirlenmesi ve eğitim içeriklerinin oluşturulması.	Çocuklar, medya okuryazarlığı konusunda çocukları eğitmek isteyen öğretmenler ve anne babalar medya okuryazarlığı eğitimi içeriklerine erişebileceklerdir.
Dijital yerli olan ilkökul/ ortaokul öğrencilerinin iç içe oldukları ve kullanmayı sevindikleri bilişim teknolojileri ve medyanın kullanıldığı bir medya okuryazarlığı eğitim materyalinin bulunmaması.	Medya ile ilgili sorunun yine medya eliyle çözülmesi için eğitimlerin videolar ve kodlama oyunları ve web2.0 araçları hazırlanan oyunlardan oluşması.	Öğrencilerin medya ve bilişim teknolojileri yoluyla kolay ve eğlenceli bir şekilde sıkılmadan medya okuryazarlığı eğitimi alabilmeleri.
Türkiye’de çocukların her an cihazlarının ekranından hızlı ve kolay bir şekilde erişebilecekleri bir medya okuryazarlığı uygulasyonunun olmaması.	Eğitici videolar ve oyunların dönüştürüldüğü dijital bir uygulama olan “Medya DODY” sayesinde pratik erişime uygun olacak şekilde sıralandığı bir materyal haline getirilmesi.	Zaman ve mekân sınırlanması olmaksızın, tek tıkla medya okuryazarlığı eğitimi alabilmeleri.
Dijital göçmen olan yetişkinlerin dijital yerli çocukların medya ile ilişkilerini ve karşılaştıkları tehlikeleri tam olarak belirleyememeleri.	Aynı yaş grubundan bir çocuğun (11 yaşında 5.sınıf öğrencisi) ihtiyaç duyulan öncelikli başlıkların belirlenmesi sürecinde aktif rol alması.	En çok ihtiyaç duyulacak konuların doğru şekilde belirlenmesi ve üzerinde daha çok durulması.
Yetişkinlerin öğretici pozisyonunda olmalarının, çocukların içeriğe olan ilgilerini azaltması.	Videoların bir çocuk tarafından seslendirilmiş olması ve video görsellerinin bir çocuk tarafından seçilerek görsel tasarımın yapılması.	Çocukların ilgisini daha çok çekmesi.

4.Yöntem:

Öncelikle ilkokul 3-4-5 ve 6. sınıf öğrencilerinde oluşan 57 kişilik bir örneklem belirlenmiştir. Eğitim içerikleri hazırlanırken bilimsel araştırma yöntemlerinden “karma yöntem”den yararlanılmış ve ön test ve son testler uygulanmıştır.

Ön test yoluyla öğrencilerin medyayı ne kadar tanıdıkları, medya kullanma eğilimleri, medya kullanırken ki bilinç düzeylerini ve medya okuryazarlığı kavramını, alt başlıkları ile ilgili bilgi ve farkındalık düzeyleri tespit etmek amacıyla eğitim ihtiyaç analizi yapılmıştır. Elde edilen veriler frekans ve yüzde grafikleri kullanılarak ortaya konulmuş ve buna göre ihtiyaç duyulduğu tespit edilen 10 konu başlığı belirlenmiştir.

Ön test Bulguları ve Eğitim İçerikleri:

“Hangisi ya da hangileri medyadır?” sorusuna katılımcılardan f:41’i televizyon, f:27’si internet yanıtını vermiştir. Şıkların tamamı medya aracı olmasına karşın sadece f:6’sı ‘hepsi’ yanıtını vermiştir. Bu sebeple 1.eğitim videosunda “Medya nedir?” konusu (1dk, 20 sn), 2. eğitim videosunda “Medya ne işe yarar?” konusu (4dk, 40sn) anlatılmıştır. 2. videoda medyanın fonksiyonları ayrıntılı olarak anlatılmıştır. Katılımcıların %86’sının (f:49) medyadan gördüğü bir ürünü ihtiyacı olmadığı halde alma isteği duyduğunu belirtmesi sebebiyle özellikle reklam sürecinin üzerinde durulmuş ve istek- ihtiyaç kavramları üzerinden konu anlatılmıştır. Ayrıca yayınların bedava mı olduğu sorusunun irdelenmesi ile iletişim bilimcilerin sıkça kullandığı “Bir ürün karşılığında ücret ödemiyorsanız ürün aslında sizsiniz demektir.” sözü üzerinde izlenme oranları ve içeriklere etkisi gibi konular örneklerle anlatılmıştır.

Medya okuryazarlığı kavramını duymayanlar katılımcıların %70’ini (f:40) oluşturmaktadır. Bu konuyu anlatmak amacıyla 3. eğitim olan “Medya Okuryazarlığı nedir?” (5 dk 42 sn) videosu ve oyunları hazırlanmıştır.

Katılımcıların %54’ü (f:31) medya görüp örnek aldığı bir karakter olduğunu belirtmiştir. Oysaki karakterler dahil medya içeriklerinin tamamı kurgudur. Bu sebeple 4.eğitim videosunda “Medya demek kurgu demek...” konusu (4dk 18sn) anlatılmıştır.

Katılımcılar araştırma ödevlerini %88 (f:51) oranında internetten yaptıklarını belirtmiş ve “Medyadan elde ettiğin bilginin doğruluğundan nasıl emin oluyorsunuz?” sorusuna %67 (f:38) “Bilmiyorum” yanıtını vermiştir. Bu sebeple 5. Eğitim videosunda medya içeriklerinin oluşturulma sürecinde geçtiği aşamalar, bu aşamaların bilginin/haberin içeriği üzerindeki etkileri ve doğru bilgi/haber ayırt etme yolları anlatılmıştır.

Katılımcılar %96 (f:55) oranında cihazlarda dijital/sanal oyun oynadığını belirtmişlerdir. Bunun yanında katılımcıların %64’ü (f:34) oyunlarda şiddet ve ya silah olduğunu belirtmişlerdir. Bu sebeple 6. eğitim videosunda “Sanal oyun oynarken nelere dikkat etmeliyiz?” konusu (5 dk 39sn) anlatılmıştır. Oyun içi riskler, uygulamalar indirirken verilen izinler ve oyun içi yabancılarla iletişimin riskleri anlatılmıştır.

Katılımcıların tamamı %100 (f:57) televizyon izlediğini ifade ederken, sadece %16’sı (f:9) televizyonlarda program içerikleri ile ilgili olarak izleyiciye ön bilgi sunan akıllı işaretlerin hepsini bildiğini ifade etmiştir. Bu sebeple akıllı işaretlerle ilgili 7. eğitim videosu “Akıllı İşaretler”(2dk 54sn) hazırlanmıştır.

Katılımcıların %72 (f:41) 3 saatten fazla televizyon izlediğini; %70’i (f:40) ise günde 5 saatten fazla internet kullandıklarını belirtmişlerdir. Bu verilere dayanarak medya kullanım süreleri ve medyayı fazla kullanmanın zararlarıyla ilgili olarak 8.eğitim videosu “Medya Kullanım Süreleri” (3dk 19sn) hazırlanmıştır.

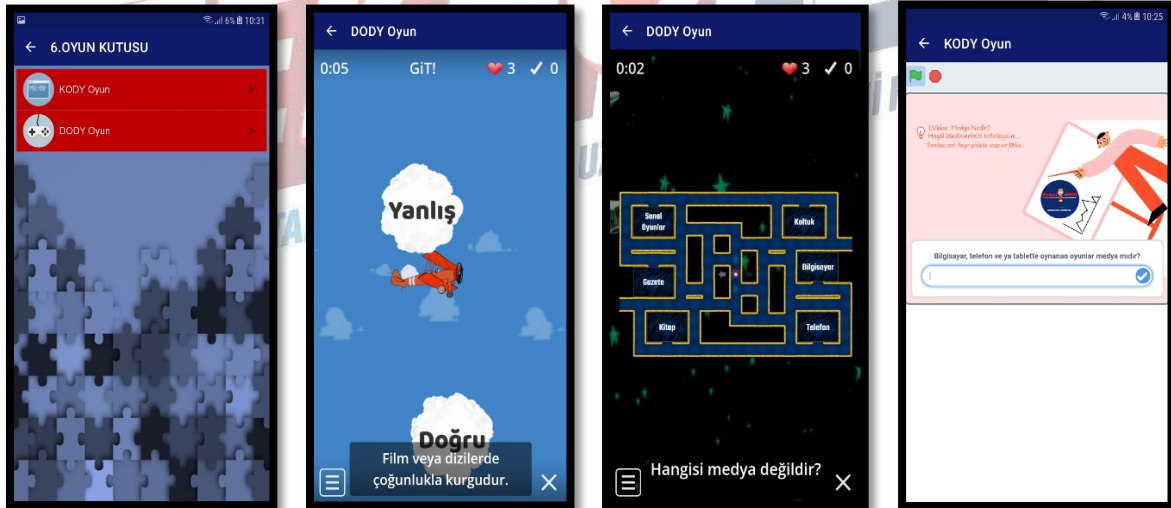
Katılımcılara dijital ayak izi kavramı sorulduğunda %83 (f:47) “bilmiyorum” yanıtını %12 (f:7) vermiştir. Bu sebeple 9. eğitim videosunda dijital ayak izi ve internet güvenliği konusu (4dk 22sn) anlatılmıştır.

Diğer yandan medyada rahatsız oldukları bir içerikle karşılaşma durumlarına %81 (f:46) oranında ‘evet’ yanıtı veren katılımcıların %84’ü (f:48) medyada uygun olmayan bir içerikle karşılaştığında ne yapmaları gerektiğini bilmediklerini söylemişlerdir. Televizyon, radyo, dijital platformlar ve internette rahatsız olunan veya suç unsuru oluşturan içeriklerle karşılaşıldığında ne yapılması gerektiği, yetkililere bildirmek istenirse başvurulacak yerler (RTÜK ve BTK’ nın ihbar web sitesi) ve başvuru yöntemlerini de içeren tüm süreçler 10. eğitim videosunda “Medyada rahatsız olduğumuz bir içerikle karşılaştığımızda ne yapmalıyız?” konusu (3dk 4sn) anlatılmıştır.

Son olarak medya okuryazarlığı kavramının kullanıcıların hayatlarındaki etkilerinin ve geliştireceği davranış biçimlerinin altını çizmek ve daha çok akılda kalması ve hemen pratiğe dökülebilmesi amacıyla tüm videoların içeriklerinden kazanımların altını çizildiği 11. ve son eğitim videosu “Medya okuryazarı ne yapar, ne yapmaz?” (5dk 33sn) hazırlanmıştır. Tek tek davranış modelleri ve bilinç düzeyleri sıralanarak medya okuryazarlığı eğitimi sürecinden sonra nelere dikkat edileceği maddeler halinde sıralanmıştır.

Ürünün Hazırlanma Süresi:

Belirlenen konu başlıkları ile ilgili eğitim metni oluşturulduktan sonra telefondaki ses kayıt özelliğinde faydalanılarak takım lideri 5.sınıf öğrencisi tarafından içerik seslendirilmiştir. Power pointten içeriğe uygun fotoğraflarla slayt hazırlanmış ve sesli anlatım eklenmiş ve mp4 formatında kaydedilerek 11 adet eğitici video oluşturulmuştur. Kullanılan görsellerin tamamı telifsiz olarak içerik sağlayan sitelerden alınmıştır. Video içeriklerinin öğrenimini desteklemek amacıyla web 2.0 araçlarıyla her bir videodaki bilgileri içeren 11 tanesi “Scratch” ile kodlanarak, 11 tanesi de “wordwall, cram, learningapps” ile (toplam:22 adet) eğitici, eğlenceli, ölçme değerlendirme oyunu hazırlanmıştır.

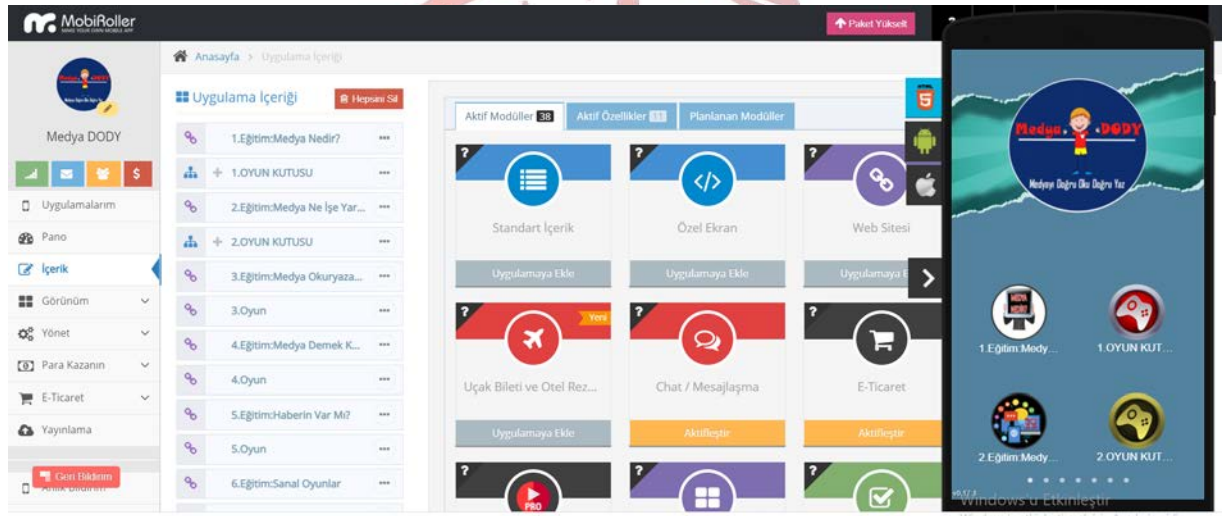


Hedef kitlenin yaşı da göz önünde bulundurularak hazırlanan içerik videonun hemen yanında oyun girişleri yer alır şekilde “Medya DODY : Medyayı Doğru Oku Doğru Yaz” adıyla, “Mobiroller” uygulaması kullanılarak bir mobil aplikasyon haline getirilmiştir. Aplikasyon linki paylaşılan herkes kolayca cihazına indirerek Medya DODY ‘ye ulaşabilmektedir. Yarışma süreçleri tamamlandıktan sonra ücretsiz olarak aplikasyon mağazalarında da paylaşılacaktır.

Aplikasyon linki: <https://my.mobiroller.com/downloadAPK/?apk=1308112208088.apk>



Adet	İçerik Türü
11	Eğitici video
11	Schrash oyunu
11	Web 2.0 oyunu
1	Diploma "Medya DODY Takımı Belgesi"
9	Ekran resmi
1	Posta Kutusu
1	Uygulamayı Paylaş Bölümü
1	Hakkımızda Bölümü



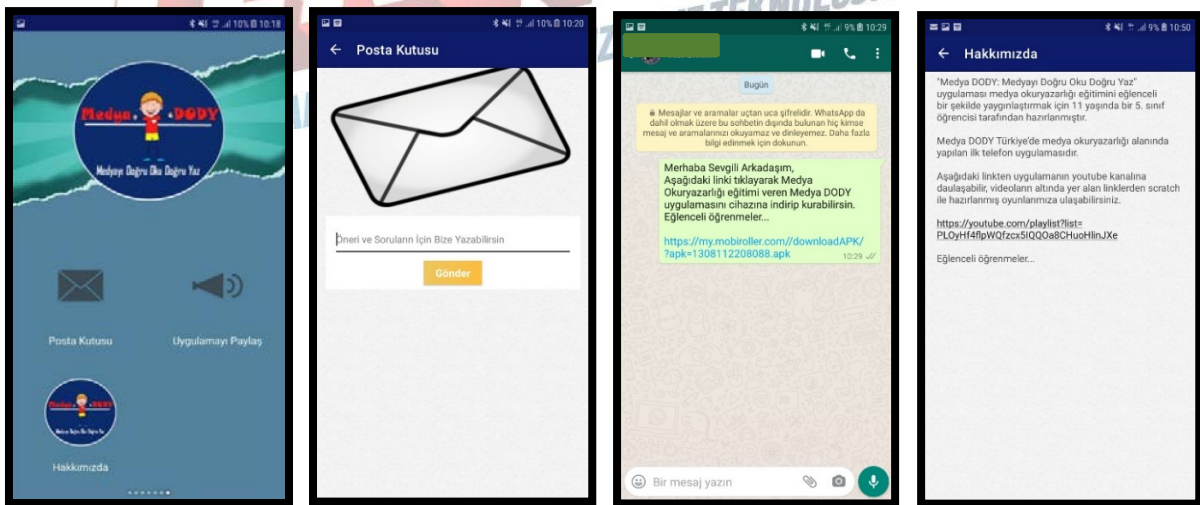
Aplikasyonda aynı zamanda içeriklerin sonunda bir de diploma adını verdiğimiz "Medya DODY Takımı Belgesi" eklenmiştir. Tüm kullanıcılar cihazlarına indirip isimlerini yazarak bir sertifikaya sahip olabilmektedir.



Bunun yanında cihazların ekranını da eğitim için mesaj verecek bir araç olarak kullanmak amacıyla, tüm kullanıcıların indirebileceği, videolardaki önemli mesajları hatırlatacak slogan cümleler içeren ve takım ruhunu destekleyecek “Canva” uygulamasında hazırlanmış 9 adet telefon ekran resmi aplikasyona eklenmiştir.



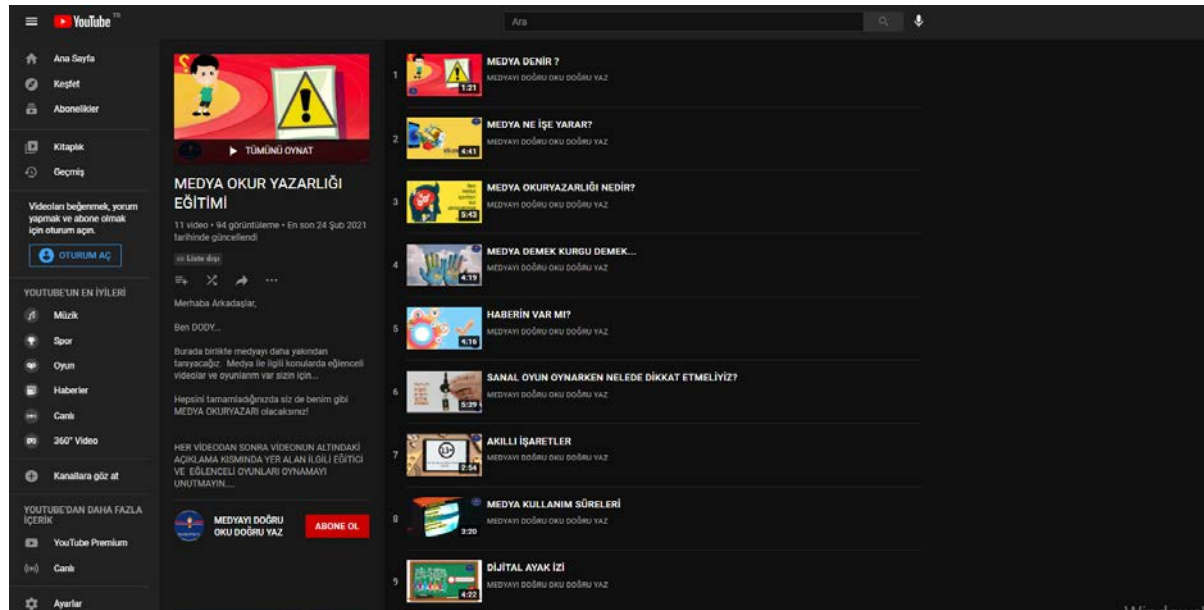
Aplikasyon içerisinde “Aplikasyonu Paylaş” butonu da yer almaktadır. Bu buton sayesinde hangi biri ile aplikasyon linkini paylaşmak mümkündür. Paylaşımın ulaşacağı kişileri bilgilendirmek amacıyla linkin üzerinde içerik hakkında bilgi veren kısa bir açıklama da yer almaktadır. Ayrıca yine aplikasyonu geliştirme noktasında destek olacağı düşünüldüğünden kullanıcıların öneri ve soruları hiçbir kişisel verilerini paylaşmadan iletebilecekleri “Posta Kutusu” eklenmiştir. Bu sayede kullanıcılar aplikasyon içinde sadece simgeye tıklayıp mesaj yazdıktan sonra **Gönder** butonuna tıklayarak aplikasyonun bağlantılı olduğu e-posta adresine geri bildirimde bulunabilmektedir. Bunun yanında aplikasyon içerisinde de “Hakkımızda” bölümü ile aplikasyonun hazırlanma amacı ile ilgili bir bilgilendirme metnine de yer almaktadır.



Aplikasyonu indirmeden içeriklere erişmek isteyenler için “Medyayı Doğru Oku Doğru Yaz” YouTube kanalı oluşturulmuştur. Bu kanalda kolay erişim imkanı sağlamak amacıyla

“Medya Okuryazarlığı Eğitimi” başlıklı bir oynatma listesi oluşturulmuştur. Ayrıca her bir videoyunun altında yer alan açıklama bölümlerinde oyunların linkleri paylaşılmıştır.

Youtube linki: <https://youtube.com/playlist?list=PL0yHf4flpWQfzcx5IQO0a8CHuoHlinJXc>



‘Medya DODY: Medyayı Doğru Oku Doğru Yaz’ Aplikasyonuna İlişkin Uygulana Son teste Göre Öğrenci Görüşlerine Ait Bulgular:

Ön testin uygulandığı aynı örneklem ile aplikasyon ve youtube kanalı alternatif erişim yolları paylaşılmış ve katılımcılar eğitim uygulandıktan sonra eğitim içeriğinde öğrendikleri ve aplikasyon ile ilgili görüşlerinin alındığı bir son test daha uygulanmıştır. Bu anketteki sorular açık uçludur. Anket sonuçları kategorilere ayrılarak kodlanmıştır.

Son teste göre, katılımcıların %96,5’i (f:55) medya okuryazarlığını Medya DODY aplikasyonu beğendiklerini, oyun ve videolarla öğrenmenin hoşlarına gittiğini belirtmişlerdir.

Katılımcılar «Medya DODY» aplikasyonu ve kanalı ile ilgili olarak; eğlenerek (f:24), oynayarak, kolay ve etkili öğrendiklerini, aplikasyonun bilgilendirici ve öğretici (f:15), merak uyandıran, faydalı bir aplikasyon olduğunu belirtmişlerdir. Katılımcılar “Medya okuryazarı olmanın ve bilinçli medya kullanımının bireylere katkısı” ile ilgili olarak; medyanın zararlardan korunabileceklerini (f:20), medyanın iyi ve kötü tarafları fark ettirebileceğini (f:6) söylemişlerdir. Medya okuryazarlığının bilinçli harcama (f:6) konusunda katkısının olabileceğini belirtmişlerdir. Katılımcılar “Medya DODY içeriklerinde öğrendikleriniz size ne kazandırdı?” sorusuna; doğru içerikten faydalanma bilinci kazandırdığını (f:16), RTÜK iletişim hattını (n:12) ve akıllı işaretleri öğrendiklerini (f:8) belirtmişlerdir. Ayrıca medya üretimi ile ilgili merak duymaya başladıklarını (f:28) belirtmişlerdir.

Araştırma sonucunda, Medya DODY gibi aplikasyonların öğrencilerin medya okuryazarlığı bilinci kazanmalarına olumlu katkı sunabileceği, medya okuryazarı olmanın bazı değerleri korumaya yardımcı olabileceği, kısa ve anlaşılır eğitim videoları ve bilişim teknolojilerini kullanılarak hazırlanan mini ölçme değerlendirme oyunları ile öğrenmenin daha eğlenceli ve kolay gerçekleştirilebileceği, medya üretimine olumlu bir örnek olduğu sonucuna varılmıştır.

5.Yenilikçi (İnovatif) Yönü

► Medya DODY: Medyayı Doğru Oku Doğru Yaz” uygulaması Türkiye’deki medya okuryazarlığı alanında yapılan ilk uygulamadır. Medya okuryazarlığı ile ilgili olarak MEB in 7-8. Sınıflarda kullandığı kitap dışında çocuklara yönelik eğitici medya okuryazarlığı materyali bulunmamaktadır.

► Medya okuryazarlığı eğitimcilerin gündeminde bir mesele olmasına karşın genellikle ne yapacağız sorusuna yanıt aranırken geleneksel şekilde kâğıda bağlı kalınmaktadır. Bu uygulama ile sorunun çözümü aynı zamanda sorunun kendisi olan medya eliyle sunulmaktadır.

► Medya okuryazarlığı konusu birçok yönüyle eline alınarak kapsayıcı bir eğitim modülü şeklinde sunulmaktadır. Tek parçalık uzun bir eğitim değil, parça parça her bir konunun kısa videolarla hap bilgiler şeklinde verildiği bir formatla hazırlanmıştır. Aynı zamanda oyunlarla desteklenmiştir. Cihazlarına indirip, çıktı alıp odalarına asabilecekleri görsel materyaller içermesi ve “Medya DODY Takımı” üyesi olma vurgusu ile olumlu bir takım bilinci sağlayarak konunun içselleştirmesinde etkili olacağı düşünülmektedir.

► Medya DODY’de videoların içerik senaryolarının, tasarımlarının ve seslendirmelerinin yaşlıları tarafından, yaşlılarının bakış açısıyla, yaşlılarının sesi ile, internette tercih ettikleri videolardan alışık oldukları üslupla, bir 5. Sınıf öğrencisi tarafından hazırlanmış olmasının kitleyi yakalamak açısından fark oluşturacağı düşünülmektedir.

► İçeriğin kısa, öz ve eğlenceli olarak hazırlanmış olması hedef kitlenin içeriği deneyimleme isteğini arttırmak açısından etkili olacağı düşünülmektedir.

► Medya DODY ile medyayı doğru kullanan ilköğretim öğrencilerinin kendi dijital ürünlerini üretebilmek için kodlama uygulamalarından ve web2.0 araçlarından faydalanabileceklerini fark edebileceklerdir. Projenin çocuklara içerik üretmenin çok zor olmadığını fark ettirerek çocukları da üretim yapmaya teşvik edeceği düşünülmektedir.

► Video sonlarına eklenen oyunların web2.0 araçları ve scratch kodlama uygulaması kullanılarak, tamamının proje sürecinde özgün bir şekilde belirlenen hedef kitlenin ihtiyaçları dikkate alınarak hazırlanmış olması

6.Uygulanabilirlik:

Proje tamamlanmış ve örneklem üzerinde uygulanarak kullanılabilirliği test edilmiştir. Bu sebeple hayata geçirilebilir durumdadır.Hali hazırda linki paylaştığımız herkes telefonuna indirerek kullanabilir.Projemiz sayesinde oluşturduğumuz telefon uygulaması medya okuryazarlığı eğitimine katkı sunması amacıyla uygulama mağazalarında paylaşılacaktır. Eğitim materyali olarak kullanılmak üzere Milli Eğitim Bakanlığı’nın EBA uygulamasından paylaşılarak daha çok kişiye ulaşması planlanmaktadır. Bunun yanında medya okuryazarlığı çalışmalarında aktif rol alan RTÜK ve medyaokuryazarlığı.org sitesi (RTÜK’e bağlı) vasıtasıyla daha çok çocuğa ulaştırılabileceği düşünülmektedir. RTÜK ile ön görüşmeler yapılmış olup içerik paylaşımı için yarışma sürecinin tamamlanması beklenmektedir.

Youtube kanalı sayesinde öğretmenler bu bilgilendirme videolarından sınıfta dersleri esnasında faydalanabilirler. Oyunları sınıfça oynatarak öğrenmenin tam olarak gerçekleşip gerçekleşmediğini test edebilirler. İlkokullardaki bilişim teknolojileri ve hayat bilgisi dersleri, ortaokullardaki bilişim teknolojileri ve sosyal bilgiler dersleri kapsamında kullanılabilirler.

Kullanıcıların birbirleriyle paylaşabilmesi için uygulama içerisine “Uygulamayı Paylaş” butonu yerleştirilmiştir. Türkiye’de bir ilk olması ve alanda istifade edecek çocuklara yönelik

kaynakların pek bulunmaması sebebiyle proje özel bir konuma sahiptir. İstenildiği takdirde uygulamada reklam alma özelliği aktif edilerek ticari bir ürüne dönüştürülebilir durumdadır.

7.Tahmini Maliyet ve Proje Zaman Planlaması:

Videolarda kullanılan görsellerin tamamı ücretsiz/telifsiz görsel desteği sunan (<https://www.pexels.com/tr-tr/> ve <https://www.pngwing.com/tr>) sitelerden edinilmiştir.

Powerpoint programının kullanılabilceği en basit bilgisayarda, tablette (500 TL) videoları hazırlamak mümkündür. Online web 2.0 araçlarını kullanabilmek için internet erişimi gerekmektedir. Ancak MEB'e bağlı tüm okullarda bilgisayar ve internete ücretsiz erişmek mümkündür. Ses kaydı ve uygulamanın uygulanması için cep telefonu kullanılmıştır. (500 TL) Uygulamanın hazırlandığı "Mobiroller" uygulamasına aylık 51.8 TL ücret ödenmektedir. Ancak uygulama içerisinde reklam izni vererek maliyeti karşılamak mümkündür. Uygulamanın aktif hale getirildiği Şubat ayından 1 Temmuz tarihine kadarki maliyet aşağıdaki gibidir:

Tablo 2:

Medya DODY Projesi Maliyet Tablosu

Harcama Kalemi	Maliyet
Bilgisayar	500 TL
Ses Kaydı Almak ve Uygulamayı Uygulamak İçin Cep Telefonu	500 TL
Uygulama Programı Gideri	51.8 TL/ Aylık
Görseller	Ücretsiz
TOPLAM MALİYET (1 Temmuz İtibariyle)	1259 TL

Tablo 3:

Medya DODY Projesi Çalışma Planı

İşin Tanımı	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran
Literatür Taraması	X	X	X	X	X	X					
Verilerin Toplanması ve Analizi			X	X	X	X					
Projenin Geliştirilmesi			X	X	X	X	X	X	X	X	X
Proje Raporu Yazımı					X	X	X	X	X	X	X

8.Proje Fikrinin Hedef Kitlesi (Kullanıcılar):

Eğitim materyali olması sebebiyle hedef kitle öncelikle öğrenciler olmak üzere, öncelikli olarak medya okuryazarlığı dersi almayan ilköğretim 3.4.ve ortaokul 5.6. sınıf öğrencileridir.

9.Riskler:

Tablo 4:

Medya DODY Projesi Risk Matrisi ve Eylem Planları

Olası Riskler	Gerçekleşme İhtimali	Etki Derecesi	Eylem Planı
1.Cihazlardaki güvenlik ayarları sebebiyle aplikasyonun kurulması aşamasında izinlerin verilmesi gerekebilir. Bu izinleri nasıl vereceğini küçük yaş grubu bilemeyebilir. Küçük yaşta kullanıcılar ebeveyn yardımı olmadan aplikasyonu indirip kurma konusunda sorun yaşayabilirler.	Düşük	Yüksek	Özellikle 5 6. Sınıf kullanıcılar uygulamaya indirme pratiğine sahip olduğundan sorun yaşamayacakları düşünülmektedir. Daha küçük yaş grubu zaten medya okuryazarlığının gereği olarak ebeveyn gözetiminde uygulama indirmesi gerektiğinde bu süreç ebeveynlerinden yardım alabilirler.
2.Youtube kanalında yan bölümde önerilen videolar listesi her kullanıcıya göre şekillendiğinden videoları izlerken çocukları çel dirici içerikler önerilerde karşılıklarına çıkabilir.	Yüksek	Orta	Aplikasyon indirilerek bu sorunun önüne geçilebilir.
3.Medya alanı çok hızlı değiştiği ve geliştiği için içeriklerin belli periyodlarla gözden geçirilip teknolojiye yeni gelişmeler dikkate alınarak güncellenmesi gerekebilir.	Orta	Düşük	Bu sürecin sağlıklı yürütmesi ve ihtiyaçların düzenli takip edilebilmesi için aplikasyona öneri ve soruların iletilebileceği "Posta Kutusu" eklenmiştir. Buradan gelecek geri bildirimler dikkate alınarak ihtiyaç halinde güncellemelerin yapılabilir.

10.Kaynaklar

- Aktı, S. (2011). *İlköğretim Sekizinci Sınıf Öğrencilerinin Medya Okuryazarlığı ile Sosyal Beceri Düzeyleri Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi*(Yüksek Lisans Tezi). Elazığ: Fırat Üniversitesi.
- İnal, K. (2011). Çocuklar Niçin Medya Okuryazarı Olmalı. *Çocuk Hakları ve Medya*.
- Mertoğlu, M. (2020). 1. Ortaokul Ve Lise Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı Düzeyleri İle Akademik Başarıları Ve Bazı Değişkenlerle İlişkilerinin İncelenmesi - İzmir Bayraklı Örneği. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*.
- Öztürk, c., & Karayağız, G. (2007). Çocuk ve Televizyon. *Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi*, 81-85.
- RTÜK. (2016). *Medya Okuryazarlığı Araştırması*. Ankara s.69-136: RTÜK.
- Sezgin, S. (2016). Öğrenme ve öğretimin oyunlaştırılması: çalışma ve eğitim için oyun tabanlı Yöntem ve Stratejiler. *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*, 187-197.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık .

