

**T.C.  
ERCIYES ÜNİVERSİTESİ  
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ  
İLKÖĞRETİM ANABİLİM DALI  
SOSYAL BİLGİLER ÖĞRETİMİ BİLİM DALI**

**SOSYAL BİLGİLER EĞİTİMİNDE MEDYA OKUR-  
YAZARLIĞI DERSİNİN ORTAOKUL ÖĞRENCİLERİNE  
ETKİSİ**

**Hazırlayan  
Tayfur KURTULMUŞ**

**Danışman  
Prof. Dr. Remzi KILIÇ**

**Yüksek Lisans Tezi**

**Ağustos 2014  
KAYSERİ**

**T.C.  
ERCIYES ÜNİVERSİTESİ  
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ  
İLKÖĞRETİM ANABİLİM DALI  
SOSYAL BİLGİLER ÖĞRETİMİ BİLİM DALI**

**SOSYAL BİLGİLER EĞİTİMİNDE MEDYA OKUR-  
YAZARLIĞI DERSİNİN ORTAOKUL ÖĞRENCİLERİNE  
ETKİSİ**

**(Yüksek Lisans Tezi)**

**Hazırlayan  
Tayfur KURTULMUŞ**

**Danışman  
Prof. Dr. Remzi KILIÇ**

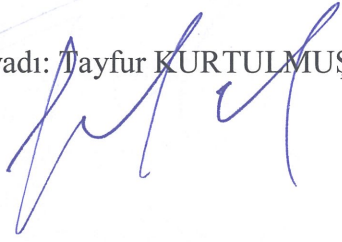
**Ağustos 2014  
KAYSERİ**

## BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK

Bu çalışmadaki tüm bilgilerin, akademik ve etik kurallara uygun bir şekilde elde edildiğini beyan ederim. Aynı zamanda bu kural ve davranışların gerektirdiği gibi, bu çalışmanın özünde olmayan tüm materyal ve sonuçları tam olarak aktardığımı ve referans gösterdiğimi belirtirim.

Adı Soyadı: Tayfur KURTULMUŞ

İmza:

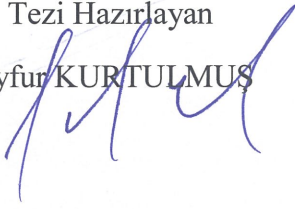


## YÖNERGEYE UYGUNLUK SAYFASI

“Sosyal Bilgiler Eğitiminde Medya Okur-Yazarlığı Dersinin Ortaokul Öğrencilerine Etkisi” adlı Yüksek Lisans tezi, Erciyes Üniversitesi Lisansüstü Tez Önerisi ve Tez Yazma Yönergesi’ne uygun olarak hazırlanmıştır.

Tezi Hazırlayan

Tayfur KURTULMUŞ

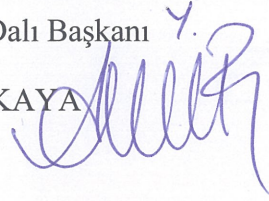


  
Danışman

Prof. Dr. Remzi KILIÇ

İlköğretim Anabilim Dalı Başkanı

Prof. Dr. Hasan KAYA



## KABUL VE ONAY SAYFASI

**Prof. Dr. Remzi KILIÇ** danışmanlığında Tayfur Kurtulmuş tarafından hazırlanan “**Sosyal Bilgiler Eğitiminde Medya Okur-Yazarlığı Dersinin Ortaokul Öğrencilerine Etkisi**” adlı bu çalışma jürimiz tarafından Erciyes Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü İlköğretim Anabilim Dalında yüksek lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

.....06./...08/2014

## JÜRİ:

Danışman : Prof. Dr. Remzi KILIÇ

Üye : *Yrd. Doç. Dr. Habib Hamurcu*.....

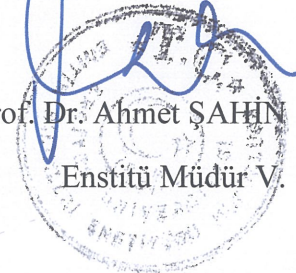
Üye : *Yrd. Doç. Dr. Alpaslan ÇİZLER*.....

*B.K. KILIÇ*  
*A. Hamurcu*  
*A. ÇİZLER*

## ONAY:

Bu tezin kabulü Enstitü Yönetim Kurulunun *14.08.2014* tarih ve ... *2014/199* sayılı kararı ile onaylanmıştır.

.....  
Prof. Dr. Ahmet ŞAHİN  
Enstitü Müdür V.



## ÖNSÖZ / TEŞEKKÜR

Günümüzde medya her türlü bilgiyi topluma aktararak, toplumu bilgilendirme, eğlendirme ve eğitime gibi amaçları, kitle iletişim araçları yardımıyla yapmaktadır. Medyanın bireyler ve toplumlar için çok önemli iletişim hizmetleri sağladığı yadsınamaz bir gerçektir. Fakat bununla birlikte medyanın vermiş olduğu mesajların olumsuz etkileri yapılan birçok araştırmada ortaya konulmuştur. Öğrencinin içinde bulunduğu toplumsal yaşamla çok ilişkili olan Sosyal Bilgiler öğretimi, bilgi, beceri ve değerler kazandırarak öğrencide olumlu tutumlar oluşturmayı hedeflenmektedir.

Bu bilgiler doğrultusunda çalışmanın amacını, medyanın eğitim çalışmalarının yürütülmesindeki rolü, özelde de Sosyal Bilgiler öğretimi üzerindeki etkisi oluşturmaktadır. Bununla birlikte bu araştırmayı yaparken, Medya Okuryazarlığı dersinin, Sosyal Bilgiler dersine etkisi bir deneysel çalışma ile ortaya konulacaktır.

Bu çalışmayı sonuçlandırmam da her türlü yardımı, desteği ve emeğini esirgemeyen tez danışmanım Sayın Prof. Dr. Remzi KILIÇ'a teşekkür eder ve çalışmanın tüm ilgililere yararlı olmasını dilerim.

Tayfur KURTULMUŞ

Kayseri, Ağustos 2014

# “SOSYAL BİLGİLER EĞİTİMİNDE MEDYA OKUR–YAZARLIĞI DERSİNİN ORTAOKUL ÖĞRENCİLERİNE ETKİSİ”

Tayfur KURTULMUŞ

Erciyes Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü

Yüksek Lisans Tezi, Ağustos 2014

Danışman: Prof. Dr. Remzi KILIÇ

## ÖZET

Bu araştırmanın genel amacı; günümüzde giderek etkisini arttıran medyanın öğrenci eğitimi ve özelde de Sosyal Bilgiler öğretimi üzerinde etkisini ortaya koymaktır. Bu amaç doğrultusunda 2011-2012 yılında Niğde ili merkez Özel Sungurbey Ortaokulunda okuyan 7.sınıf öğrencilerine ön-test son-test kontrol gruplu deneysel bir çalışma yapılmıştır. Yapılan ön-test son-test çalışmasında, 23 sorudan oluşan bir test uygulaması 7/B ve 7/C sınıflarına uygulanmıştır. İlk olarak öğrencilerin medyaya karşı ilgilerini ortaya koymak amacıyla test uygulaması yapılmıştır. Yapılan bu çalışmadan sonra ön test yapılmıştır. Ön test uygulandıktan sonra 4 hafta süreyle “İletişim ve İnsan İlişkileri” konusu iki gruba anlatılmıştır. Deney grubuna bu konu işlenirken Medya Okuryazarlığı dersi de anlatılmıştır. Her iki gruba da son testler uygulanmış ve sonuçlar alınmıştır. Ortaya çıkan sonuçlar üzerinde SPSS programı kullanılarak analizler yapılmıştır.

Ayrıca öğrencilerin medyayı kullanımlarına yönelik, evrenini 2011-2012 yılında Niğde ili merkez ve çevresindeki 5 ortaokulun 7. Sınıf öğrencilerinin oluşturduğu bir anket uygulaması da yapılmıştır. Alınan sonuçlar üzerinde SPSS programı kullanılarak analizler yapılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Eğitim, Sosyal Bilgiler Öğretimi, iletişim, Medya, Medya Okuryazarlığı

**MEDIA LITERACY IN SOCIAL STUDIES EDUCATION COURSES TO  
STUDENTS OF SECONDARY EFFECTS**

**Tayfur KURTULMUŞ**

**Erciyes University, The Institute of Educational Sciences**

**M.Sc. Thesis, August 2014**

**Supervisor: Prof.Dr. Remzi KILIÇ**

**ABSTRACT**

The overall objective of this research, an ever increasing impact of media on student education and in particular to investigate the impact of social studies. For this purpose, in 2011-2012 in the province of Nigde Private Sungurbey 7th grade secondary school students studying pre-test and post-test control group experimental study was conducted.

Application of a test consisting of 23 questions, with the pre-test and post-test study was applied to students at classes of 7 / B, and 7 / C grades. First, a test was applied to determine students' interest in the media. After this study a pre-test was applied. For 4 weeks after the application of the pre-test "Communication and Human Relations" in the two groups studied. While processing this topic Media Literacy Project in the experimental group were processed. Final tests and the results were applied to both groups. The results analysis was performed using SPSS software.

In addition to students' use of the media and around the five secondary school population in 2011-2012 in the province of Nigde grade 7/ A students survey created by the students of the class was also used. The results analysis was performed using SPSS software.

**Keywords:** Education, Social Studies Education, Communication, Media, Media Literacy



## İÇİNDEKİLER

### “SOSYAL BİLGİLER EĞİTİMİNDE MEDYA OKUR–YAZARLIĞI DERSİNİN ORTAOKUL ÖĞRENCİLERİNE ETKİSİ”

BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK.....	i
YÖNERGEYE UYGUNLUK SAYFASI.....	ii
KABUL VE ONAY SAYFASI.....	iii
ÖNSÖZ / TEŞEKKÜR .....	iv
ÖZET.....	v
ABSTRACT .....	vi
İÇİNDEKİLER.....	vii
KISALTMALAR .....	x
TABLolar LİSTESİ.....	xi

## 1. BÖLÜM

1. GİRİŞ .....	1
1.1. Problem.....	1
1.2. Amaç .....	3
1.3. Önem.....	4
1.4. Varsayımlar .....	5
1.5. Sınırlılıklar.....	5
1.6. Tanımlar .....	5
1.7. İlgili Araştırmalar.....	6

## 2. BÖLÜM

2. SOSYAL BİLGİLER EĞİTİMİ VE MEDYA .....	9
2.1. Sosyal Bilgiler Eğitimi .....	9

<b>2.2. Sosyal Bilgilerin Dersinin Amaçları.....</b>	<b>11</b>
<b>2.3. Sosyal Bilgiler Dersinin Yeri ve Önemi .....</b>	<b>14</b>
<b>2.4. Medya.....</b>	<b>16</b>
<b>2.4.1. Medyanın Temel İşlevleri ve Gücü.....</b>	<b>17</b>
<b>2.4.2. Medyanın Türleri.....</b>	<b>20</b>
<b>2.4.2.1.Gazete .....</b>	<b>20</b>
<b>2.4.2.2.Radyo.....</b>	<b>22</b>
<b>2.4.2.3.Televizyon .....</b>	<b>23</b>
<b>2.4.2.4.İnternet .....</b>	<b>24</b>
<b>2.5.Medyanın Eğitim Sürecindeki Yeri ve Önemi.....</b>	<b>27</b>
<b>2.5.1. Okul ve Medya İlişkisi .....</b>	<b>28</b>
<b>2.5.2.Medyanın Öğrenci Eğitimi üzerindeki Etkisi .....</b>	<b>31</b>
<b>2.5.3. Medya Okuryazarlığı.....</b>	<b>36</b>

### 3. BÖLÜM

<b>3.YÖNTEM.....</b>	<b>43</b>
<b>3.1. Araştırma Modeli .....</b>	<b>43</b>
<b>3.2. Evren ve Örneklem.....</b>	<b>43</b>
<b>3.3. Verilerin Toplanması.....</b>	<b>44</b>
<b>3.4. Ön Test.....</b>	<b>44</b>
<b>3.5. Son Test.....</b>	<b>44</b>
<b>3.6. Anketin Uygulanması .....</b>	<b>44</b>
<b>3.7. Verilerin Çözümlemesi.....</b>	<b>44</b>

### 4. BÖLÜM

<b>4. BULGULAR VE YORUM .....</b>	<b>46</b>
-----------------------------------	-----------

**5. BÖLÜM**

<b>5. SONUÇ VE ÖNERİLER.....</b>	<b>68</b>
<b>KAYNAKLAR.....</b>	<b>70</b>
<b>EKLER.....</b>	<b>76</b>
<b>ÖZGEÇMİŞ.....</b>	<b>81</b>

## KISALTMALAR

s.	Sayfa
vb.	Ve bunun gibi
MEB	Milli Eğitim Bakanlığı
RTÜK	Radyo Televizyon Üst Kurulu
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
BTİK	Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
Akt.	Aktaran
Çev.	Çeviren

## TABLolar LİSTESİ

	Sayfa
<b>Tablo 1.</b> DeneY grubunun ön-test ve son-test sonuçlarına göre doğru yanıtlarının dağılımı .....	46
<b>Tablo 2.</b> Kontrol grubunun ön-test ve son-test sonuçlarına göre doğru yanıtlarının dağılımı .....	47
<b>Tablo 3.</b> Ön-test ve son-test sonuçlarına göre doğru yanıtların dağılımı .....	48
<b>Tablo 4.</b> Ön-test ve son-test sonuçları arasında anlamlı farklılık olup olmadığını gösteren t testi.....	49
<b>Tablo 5.</b> Cinsiyet dağılımı .....	49
<b>Tablo 6.</b> Gün içinde en çok yapılan eylemin dağılımı .....	50
<b>Tablo 7.</b> Öğrencilere göre gençler üzerinde en çok etkili olan unsurun dağılımı....	50
<b>Tablo 8.</b> Medyanın, tutum ve davranışlar üzerinde etkili olduğuna inanma eğiliminin dağılımı .....	50
<b>Tablo 9.</b> Öğrencilerin aile, okul ve çevresinden öğrendikleri ile medyadan öğrendikleri arasında çelişkiler ve farklılıklar olma durumunu değerlendirmesi .....	51
<b>Tablo 10.</b> İletişim araçlarına güvenme durumunun dağılımı .....	51
<b>Tablo 11.</b> En fazla kullanılan kitle iletişim araçlarının dağılımı .....	51
<b>Tablo 12.</b> Günlük olarak, kitle iletişim araçlarının kullanım sıklığının dağılımı .....	52
<b>Tablo 13.</b> Öğrencilerin evinizde bilgisayar olma durumunun dağılımı .....	52
<b>Tablo 14.</b> Öğrencilerin evinizde internet olma durumunun dağılımı .....	52
<b>Tablo 15.</b> İnternete ulaşma durumunun dağılımı .....	52
<b>Tablo 16.</b> İnternet kullanımında sınırlama durumunun dağılımı .....	53
<b>Tablo 17.</b> Cevabınız evet ise bu aşağıdakilerden hangisidir .....	53
<b>Tablo 18.</b> İnternette karşılaşılan herhangi bir bilgi (olumlu-olumsuz) hakkında yapılan eylemin dağılımı .....	53
<b>Tablo 19.</b> İnterneti kullanma amacının dağılımı.....	54

<b>Tablo 20.</b>	Sosyal medyayı (Youtube, Twitter, Facebook, Msn) kullanma amacının dağılımı.....	54
<b>Tablo 21.</b>	Güvenli internet kullanımı hakkında bilgi sahibi olma durumunun dağılımı.....	54
<b>Tablo 22.</b>	Güvenli internet kullanıcısı olma durumunun dağılımı.....	55
<b>Tablo 23.</b>	Günlük televizyon izlenme süresinin dağılımı .....	55
<b>Tablo 24.</b>	Televizyonu en çok izleme amacının dağılımı .....	55
<b>Tablo 25.</b>	Televizyonda en çok izlenen programların dağılımı .....	55
<b>Tablo 26.</b>	Öğrencilere göre televizyonun zararlı yönlerinin olma durumunun dağılımı .....	56
<b>Tablo 27.</b>	Öğrencilere göre televizyonun zararlı yönlerinin dağılımı.....	56
<b>Tablo 28.</b>	Televizyonda izlenen herhangi bir program (olumlu-olumsuz) hakkında yapılan eylemin dağılımı .....	56
<b>Tablo 29.</b>	Öğrencilerin iletişim araçlarından edindiği bilgileri arkadaşları ile tartışma sıklığının dağılımı .....	57
<b>Tablo 30.</b>	Medya eğitimi hakkında bir dersin gerekliliği hakkındaki düşüncenin dağılımı .....	57
<b>Tablo 31.</b>	Medya okuryazarlığı hakkında bilgi sahibi olma durumunun dağılımı ....	57
<b>Tablo 32.</b>	Gün içinde en çok yapılan eyleme göre iletişim araçlarına güvenme durumunun karşılaştırılması .....	58
<b>Tablo 33.</b>	Gençler üzerine en çok etkisi olan unsur görüşüne göre aile, okul ve çevreden öğrenilen ile medyadan öğrenilenler arasındaki farklılıkların karşılaştırılması .....	59
<b>Tablo 34.</b>	İletişim araçlarına güvenme durumu ile en fazla kullanılan iletişim aracının karşılaştırılması .....	59
<b>Tablo 35.</b>	Öğrencilerin evinde bilgisayar olma durumuna göre gün içinde en çok yapılan eylemin karşılaştırılması.....	60
<b>Tablo 36.</b>	Öğrencilerin evinde internet olma durumuna göre gün içinde en çok yapılan eylemin karşılaştırılması .....	60

<b>Tablo 37.</b>	Öğrencilerin evinde bilgisayar olma durumuna göre kitle iletişim araçlarını kullanma durumunun karşılaştırılması .....	61
<b>Tablo 38.</b>	Öğrencilerin evinde internet olma durumuna göre kitle iletişim araçlarını kullanma durumunun karşılaştırılması .....	61
<b>Tablo 39.</b>	Öğrencilerin günlük televizyon izleme süresi ile televizyonu izleme amacının karşılaştırılması .....	62
<b>Tablo 40.</b>	Öğrencilerin günlük televizyon izleme süresi ile televizyonda en çok izlediği programların karşılaştırılması.....	62

## 1. BÖLÜM:

### 1. GİRİŞ

“İnsanlığın dünya üzerindeki uzun yürüyüşleri göz önüne getirildiğinde M.Ö. 10 bin yıllarında "Neolitik Devrim" ile hızlı bir değişme dönemi yaşandığı ve ondan sonra toplumsal yapılarda uzun süre yavaş bir değişme sürecine girildiği anlaşılmaktadır. Ancak hastalıklar, depremler, savaşlar ve göçlere bağlı olarak demografik yapının sürekli değiştiği ve kültürlerin alışveriş içinde olduğu bir gerçektir.” (Ata, 2008:3). Özellikle içinde bulunduğumuz zamanın çok hızlı bir şekilde değişime uğradığını görmekteyiz. Bilim ve teknoloji alanında yenilikler her geçen gün hızla artmaktadır. Bunun doğal sonucu olarak değişen dünyada, insanlar yaşamın her anında ve her alanında toplumsal değişime yol açan teknolojik yeniliklerle karşı karşıya kalmaktadırlar.

Bugün medya da teknolojik gelişmelerden çok fazla etkilenecek, insanların kolaylıkla her türlü şartlarda ulaşabileceği bir konuma gelmiştir. Haber alma ve bilgi edinmeden ziyade eğitim amacıyla da kullanılır hale gelen medya, özellikle kitle iletişim araçlarını nasıl kullanması gerektiğini bilmeyen ilköğretim öğrencileri için büyük bir tehlike oluşturmaktadır. Medya, etkisini insanlar üzerinde arttırmaya devam ederken, bu etkiyi olumlu hale çevirmek araştırmalara konu olmuştur.

Bu bölümde, problemin belirlenmesi, araştırmanın amacı, önemi, sınırlılıkları, kabul edilen varsayımlar ve tanımlar bulunmaktadır.

#### 1.1. Problem

“Toplumsal gelişim sürecinde medyanın eğitime özgü işlevleri daha çok yüklendiği söylenebilir. Gelişen kitle iletişim teknolojisi ile medyanın etkisi artmış; özellikle basın yayın, internet ve görsel iletişim teknolojisi sayesinde küreselleşerek bilginin üretimi, dağıtımı ve paylaşımı kolaylaşmıştır. Bu gelişim basın yayın kurumlarının eğitim kurumlarından daha etkili olma ve giderek yerini alma gibi kimi sonuçlar doğurduğu söylenebilir. Böylece iletişim araçları öğretmenin yerini alarak, tek



yönlü bir iletişim oluşturularak kitlelerin bilişsel, duyuşsal ve hatta devinimsel açılardan ideolojik şekillenmesini sağlamaktadır.” (Deveci, 2008:30).

Medyanın etkisi üzerinde çalışmaları bulunan Carr bu durumu: “Mesaj, medya aygıtının kendisidir.” şeklinde ifade etmektedir (Carr, 2011:12). Medya, artık gezegenin bilgi aktaran, eğlendiren toplumsal birliktelik oluşturan en güçlü aracı olarak belirmektedir (<http://.medialit.org/reading-room/cml-activities-and-accomplishments>).

En güçlü mesaj kaynağı olan medyanın, toplumsal yapı ve kültür üzerinde artan etkisi nedeniyle kazandığı hegemonik güç birçok açıdan inceleme konusu olmuştur (Akçalı, 2009). Bu nedenle MEB ve RTÜK tarafından da belirtildiği gibi, görsel, işitsel ve yazılı medya karşısında öğrencilerin savunmasız bir alıcı durumunda bulunmamaları için ilköğretimden başlayarak medya karşısında bilinçlendirilmeleri gerekmektedir. Yani öğrencilere medya okuryazarlığı ile ilgili bilgi ve beceriler kazandırılmalıdır (<http://www.medyaokuryazarligi.org.tr/nedir.html>).

Medya okuryazarlığını, medya mesajlarını sorgulama, analiz etme, yorumlama ve değerlendirme için gereksinim duyulan bilgi ve beceriler olarak tanımlayan Deveci, (2008) kitlelere çok sayıda farklı şekillerde ulaşan mesajların, doğru şekilde okunması ve algılanması gerektiğini belirtmektedir. Günlük yaşam içinde televizyon, gazete, internet gibi kitle iletişim araçları aracılığıyla yoğun bir mesajla karşılaşan öğrencilerin düşüncelerinde, davranışlarında, değer yargılarında bu mesajların etkisinin olacağı düşünülmektedir. Yapılan araştırmalarda, 6-17 yaş arasındaki çocuk ve gençlerin günde ortalama 3-4 saat televizyon izledikleri, bu yaş grubundaki çocuk ve gençlerin okul dışındaki birinci etkinliğinin televizyon izleme olduğu sonucuna ulaşılmıştır ([http://.medyaokuryazarligi.org.tr/arastirma\\_moy.html](http://.medyaokuryazarligi.org.tr/arastirma_moy.html)).

2011 yılında ise TÜİK tarafından bilgisayar ve internet kullanımıyla ilgili 6.074 hanede yapılan araştırmada bilgisayarı son üç ay içinde kullananların oranının % 60,8'i, interneti son üç ay içerisinde kullananların % 59,3'ü her gün/neredeyse her gün, kullandıklarını ifade etmişlerdir. İşgücü durumları itibarıyla bakıldığında internet kullananların % 89,5'ini öğrenciler oluşturmaktadır. Bu kadar yoğun bir şekilde kullanmalarına karşın, bilgisayar ile ilgili herhangi bir kursa katılma oranları ise: Hiç katılmadı % 69,7, üç yıldan fazla % 12,5, son üç ay içinde % 11,4'tür. İnternet kullanım amaçları: e-posta gönderme-alma % 72,8, sohbet odaları (facebook, twitter, chat, msn)

% 64,2 okul üniversite, mesleki kurslar ile ilgili bilgiler arama % 26,4'tür (BTİK, 2011).

Yapılan araştırmadan da anlaşılacağı üzere, öğrencilerin kitle iletişim araçlarını bilinçsiz bir şekilde kullandığı ve bu araçların olumsuz etkilerine maruz kaldıkları görülmektedir. Bu olumsuz etkiyi istendik davranışlar şeklinde öğrenci yaşantısına sunmak ve öğrenci yaşantısına neler kattığını ortaya koymak bu araştırmanın problemini oluşturmaktadır.

## 1.2. Amaç

“Nitelikli insan yetiştirmek insanlık tarihi boyunca eğitimin en önemli amaçlarından birisi olmuştur. Sosyal Bilgiler ise insanı ve yaşamı konu aldığı için bu amacı gerçekleştirmedeki en önemli araçlardandır. Sosyal Bilgiler öğretimi ile bireyin demokratik tutum ve değerlere sahip, problem çözme ve karar alma becerileriyle donanmış, üretken ve katılımcı olması hedeflenir. Özellikle toplum içinde yaşayan bireylerin ihtiyaçlarıyla, toplumun beklentileri arasındaki dengeyi sağlamada, bireylere gerekli bilgi, beceri ve tutumları kazandırma açısından Sosyal Bilgiler ayrı bir önem kazanmaktadır.” (Çalışkan, 2009:58).

Mcluhan'ın belirttiği üzere medya yalnızca bilgi kanallarından ibaret değildir. Medya, düşünce malzemesi tedarik ettiği gibi, düşünme sürecini de şekillendiriyor. Konsantrasyon ve düşünme kabiliyetini yavaş yavaş öğütüyor (Carr, 2011). Medyanın insan yaşamındaki etkisinden hareket ederek, Sosyal Bilgiler öğretimi üzerinde medyanın nasıl bir etkisinin olduğunu ortaya koymak bu araştırmanın temel amacı olmuştur.

Bu amacı gerçekleştirmek için aşağıdaki konular araştırma konusu olarak ele alınmıştır.

- Sosyal Bilgiler öğretimi
- Medya
- Medya Okuryazarlığı
- Medya Okuryazarlığı dersini alan öğrenci ve almayan öğrencinin Sosyal Bilgiler dersindeki herhangi bir konu üzerinde yeterliliği. (Medya Okuryazarlığı dersinin, Sosyal Bilgiler dersi üzerindeki etkisi)

- Medyadaki gelişmelerin, Sosyal Bilgiler öğretimi üzerine etkisi.
- Hızlı bir şekilde öğrencilerin hayatına giren iletişim araçlarının (tv, internet, gazete, radyo) öğretmenin ve okulun yerine geçmesi.

### 1.3. Önem

Bilişim teknolojilerindeki değişim ve gelişim insanları medya ile etkileşim sürecine sokmuştur ve bu süreç her geçen gün daha da yoğun hale gelmiştir. Birçok ülkede kitle iletişim araçları izlenirken sarf edilen zaman ve bu araçların üretim ve dağıtımı için ayrılan kaynakların miktarı düşünüldüğünde, böyle bir sorgulamanın nedeni yeterince anlaşılabilir.

Medyanın yönlendirici etkisinin yanında, gelişimin karmaşıklığı ve toplumu dönüştürme hızı, medya pedagojisini ilgilendiren pek çok sorunun varlığını göstermektedir. Medya teknolojisinin hızlı gelişimi ve yanlış kullanımı nedeniyle ortaya çıkan sorunlar ve her geçen gün bu sorunların artması, medya çalışmalarının önemini arttırmaktadır (Alver, 2004).

Artık genç bireyler okulda kitaplardan ve öğretmenlerinden öğrendiklerinden fazlasını medyadan öğrenmektedirler. Bu öğrenme kontrolsüz gerçekleştiğinden olumsuz sonuçları da beraberinde getirmektedir.

İlköğretim çağındaki çocukların televizyon izleme alışkanlıkları üzerine yapılan bir araştırmada, ailelere yöneltilen sorulardan ilk verilen kanaat cümleleri televizyon izleyenlerin davranışlarına ilişkin olup, “Geç uyuyorlar” ifadesine katılma düzeyi % 80,8; “Yeterince kitap okuyamıyorlar” ifadesine katılma düzeyi % 81,6; “Çevre ile etkileşimleri azalıyor” ifadesine katılma düzeyi % 75,3; “Yayınlarda yer alan bazı kahramanlar gibi davranıyorlar” ifadesine katılma düzeyi % 75 olmuştur ([http://.medyaokuryazarligi.org.tr/arastirma\\_moy.html](http://.medyaokuryazarligi.org.tr/arastirma_moy.html)).

Kanaat cümlelerine katılım oranları incelendiğinde, ankete katılan deneklerin % 80 oranından fazlasının “geç uyuma ve yeterince kitap okuyamama” ifadelerine vurgu yaptıkları gözlenmektedir. İlköğretim çağındaki çocukların, hayatlarının en önemli dönemlerinin bu şekilde geçmesi bu tür araştırmaların önemini ortaya koymaktadır.

“Sosyal Bilgiler dersi ile öğrencilere kazandırılmaya çalışılan etkili vatandaşlık, yaşamın içindeki güncel olaylara ilişkin farkındalık geliştirmeyi, medyada yer alan haberleri anlamlandırıp, yorumlamayı içerir. Medya okuryazarlığı içeriği gereği Sosyal

Bilgiler dersi kapsamında dolaylı olarak ele alınmakla birlikte “Medya Okuryazarlığı” dersinde doğrudan ele alınmaktadır. Sosyal Bilgiler dersinin dinamik bir içeriğe sahip olması nedeniyle bu derste yapılacak etkinliklerle de öğrencilere haberleri anlama, yorumlama ile ilgili bilgi ve becerileri içeren medya okuryazarlığının kazandırılması büyük önem taşımaktadır.” (Deveci, 2008:30).

Sosyal Bilgiler eğitimi üzerinde medyanın etkisi konulu araştırmaların yeteri kadar olmaması, yapılacak olan bu çalışmanın, ilgili alana katkı sağlayacağı düşünüldüğünden önemli görülmektedir.

#### **1.4. Varsayımlar**

- Sosyal Bilgiler öğretiminin değişen durumlara göre kendisini yenilemesi gerektiği düşünülmektedir.
- Sosyal Bilgiler ders kitabında yeteri kadar medya konusu hakkında bilgi verilmediği düşünülmektedir.
- Medyanın ilköğretim çağındaki öğrenciler üzerinde etkisi olduğu düşünülmektedir.
- Medya Okuryazarlığı dersi sayesinde öğrencilerin televizyonu, interneti vs. kitle iletişim araçlarını daha doğru bir şekilde değerlendirebileceği düşünülmektedir.
- Öğrencilerin kitle iletişim araçlarını doğru kullanamamasının sebepleri arasında, ilköğretim müfredatında yeteri kadar değinilmemesinden kaynaklandığı düşünülmektedir.
- Sosyal bilgiler dersinin hayatla iç içe bir ders olmasından dolayı, güncel olaylarla doğru bir şekilde ilişkilendirilmesi gerektiği düşünülmektedir.

#### **1.5. Sınırlılıklar**

Sosyal Bilgiler Öğretimi ve Medya üzerine yapacağımız bu çalışma, 2011-2012 eğitim öğretim yılındaki Niğde Özel Sungurbey Orta Okulu 7.sınıf öğrencileri ile sınırlıdır. Elde edilecek sonuçlar genellenebilirlik açısından yeterli olmayacaktır.

#### **1.6. Tanımlar**

**Eğitim:** “Eğitim, bireyin yaşadığı toplumda yeteneğini, tutumlarını ve olumlu değerlerdeki diğer davranış biçimlerini geliştirdiği süreçler toplamıdır.” (Tezcan, 1994:3).

**Sosyal Bilgiler:** “Sosyal Bilgiler hemen her bakımdan değişen ülke ve dünya koşullarında bilgiye dayalı karar alıp problem çözebilen etkin vatandaşlar yetiştirmek amacıyla sosyal ve beşeri bilimlerden aldığı bilgi ve yöntemleri kaynaştıran kullanan bir öğretim programıdır.” (Öztürk, 2006:48).

**İletişim:** “Birey ile birey (ya da bireyler) arasında yapılan bir anlam yüklü simgeler gönderimi, alımı, işlenimi, yeniden-gönderimi, yeniden-alımı, ve yeniden işlenimi, vb. sürecidir.” (Oskay, 2000:309).

**Medya:** “Bizim Türkçede medya olarak kullandığımız, İngilizce’deki media sözcüğü, araç, orta, ortam, aracı anlamlarına gelen medium (Latince medius) sözcüğünün çoğuludur.” (Nalçaoğlu, 2011:43).

**Medya Okuryazarlığı:** “Yazılı ve yazılı olmayan, büyük çeşitlilik gösteren formatlardaki (televizyon, video, sinema, reklâmlar, internet vs.) mesajlara ulaşma, bunları çözümleme, değerlendirme ve iletme yeteneği kazanabilmektir.” (<http://www.medyaokuryazarligi.org.tr/nedir.html>).

### 1.7. İlgili Araştırmalar

Rossiter (1999) ‘The Shaping Influence of Film and Television on the Spirituality and Identity of Children and Adolescents: an educational response - part 3’ adlı çalışmasında film ve televizyon reklamlarının etkilerini belirlemeye çalışmıştır. Araştırmada öğrencilerin kişilik gelişiminde televizyon ve filmlerin etkili olduğu ve bunun için okullarda eğitim verilmesi gerektiği belirtilmiştir.

Treske (2006) ‘Medya Okur-Yazarlığı: Neden Gerekli’ adlı çalışmasında, ülkemizdeki medya alanında denetleyici ve düzenleyici kurum olarak Radyo ve Televizyon Üst Kurulu’nun, medya okuryazarlığı eğitiminin önemine dair görüşlerini dile getirmiştir.

Kutoğlu’nun (2006) ‘Medya Okuryazarlığı ve Çocuk Eğitimi’ adlı çalışmasında, özellikle ilk ve orta dereceli okullarda çocuk eğitimi ve medya okuryazarlığı konusunda yeni ufuklar açmak, bu konudaki bilgilere örneklerle katkıda bulunmak ve medya okuryazarlığının öğrenciler üzerindeki değer yargılarına etkisinden bahsedilmiştir.

Topuz’un (2006) ‘Medya Eğitimi: Medya Çözümlemesi (Media Education, Education aux Medias)’ adlı çalışmasında insanlara gazetelerden, dergilerden, televizyon programlarından, ajans bültenlerinden ve internetten her gün mesaj ya da

haberinden bahsedilmektedir. Bu kitle iletişim araçlarının, birçok önemli olayı yok sayarak ve dikkatleri başka yere çekerek, toplumun gündemini kendi doğrultularında oluşturmaya çalıştıkları belirtilerek bu durum karşısında savunmasız kalan insanların durumu dile getirilmiştir.

Konukman'ın (2006) 'Medya ve Kültür: Son Dönem Televizyon Dizilerinin Yaşam Tarzı Üzerindeki İmgeleri' adlı çalışmasında Türkiye'de özellikle son yıllarda artan yerli dizilerinin insanlar üzerindeki etkilerinden bahsedilmiştir.

Akgül'ün (2006) 'Popüler Kültür-Televizyon İlişkisi Üzerine Bir Değerlendirme' adlı çalışmasında, Gündelik hayatın her alanında etkisi göze çarpan ve son yıllarda üzerinde en çok durulan konulardan biri olan kültür olgusu ile kitle iletişim araçlarının arasındaki ilişki sosyolojik bir analize tabi tutulmuştur. Ayrıca Akgül, günümüz toplumsal koşullarının tanımlanabilmesinde, anlaşılabilmesinde, kitle iletişim araçlarının özellikle de televizyonun etkileşiminin önemini dile getirmiştir.

Bakırcı'nın (2006) 'Yazılı, Görsel ve İşitsel Medyanın İnsanların Siyasi Davranışları üzerindeki Etkileri ve Kütahya Örneği' adlı çalışmasında, medyanın, günümüz insanların en fazla ihtiyaç duyduğu haber alma, bilgi edinme, eğitim, eğlence, siyasal iktidarları denetleme, sosyalizasyon, mal ve hizmetlerin tanıtımı gibi birçok işlevi yerine getirdiğinden ve üstlendiği bu işlevler sayesinde medyanın, insan hayatının vazgeçilmezleri arasında en üst sıralarda bulunmasından bahsedilmektedir. Medya, söz konusu bu işlevleri yerine getirirken insanlar üzerinde çeşitli etkiler bırakmaktadır. Bakırcı bu etkilere değinmektedir.

Kartal'ın (2007) 'Ortaöğretim 10. Sınıf Öğrencilerinin Televizyon Dizilerindeki Mesajları Algılamalarında Medya Okuryazarlığının Etkisi' adlı eserinde, medya okuryazarlığının önemi, medya okuryazarlığı eğitiminin öğrencilerin eleştirel düşünme becerilerine ve televizyon dizilerindeki mesajları algılamalarına etkisi ve öğrencilerin medya ve televizyon dizileri hakkındaki ilgi ve görüşleri araştırılmıştır. Araştırma sonuçları cinsiyet değişkenine göre de incelenmiştir.

Akay'ın (2006) 'Sosyalleşme Sürecinde Kitle İletişim Araçları' adlı çalışmasında, sosyalleşme sürecinin nasıl gerçekleştiğini ve bu süreç gerçekleşirken kitle iletişim araçlarının sosyalleşme sürecindeki etkilerinin nasıl cereyan ettiğine ve kitle iletişim araçlarının işlevleri nelerdir gibi sorulara yanıt aranmaya çalışılmıştır.

Bayrak'ın (2010) 'Medyanın Toplum Üzerine Etkileri' adlı çalışmasında, medyanın asıl işlevinin kamuoyunu bilgilendirmek olduğu ve bu bilgilendirmenin de tarafsız bir şekilde yapılması gerektiği belirtilmektedir. Bayrak, daha sonra şu görüşe yer vermektedir: "Medya, haberler ve diğer güncel olaylarla dünyadaki olup bitenler hakkında hemen o anda yargı oluşturma gücüne ve bununla birlikte değer, içerik ve geri plan ile de uzun vadeli olarak bireyleri ve toplumları belirli bir fikir etrafında birleştirme potansiyeline sahiptir".

Çetinkaya'nın (2008) 'Bilinçli Medya Kullanıcıları Yaratma Sürecinde Medya Okuryazarlığının Önemi' adlı çalışmasında, Günümüzde insanların yoğun bir şekilde medya mesajlarına maruz kaldığından ve medya formlarının ve araçlarının çok çeşitlenmiş olmasının, insanların çoğu zaman farkında bile olmadan medya mesajlarının hedefi haline gelmesine neden olduğundan bahsedilmektedir. Bu durumda, medyadan etkilenme sürecinin her zaman insanların bilinci dâhilinde gerçekleşmediğini belirten Çetinkaya, daha sonra şu görüşlere yer vermektedir: "Bilinçli tercihlerden oluşmayan medya tüketimini, medya izleyicilerini iletişim araçları karşısında pasif kullanıcılar konumuna düşürmektedir. Ancak bu konumdan kurtulup medya mesajlarının aktif alıcıları haline gelmek mümkündür. Bunun için de medya üzerinde daha fazla kontrole sahip olunması gerekmektedir. Böylelikle, gerçekten tercih edilen etkiler içselleştirilmiş; istenilmeyen etkilerden de kaçınılmış olur."

Yılmaz'ın (2007) 'Bilgi Toplumunda Okul Medya İlişkisi Türkiye Örneği' adlı çalışmasında, yeni değişen koşullara eğitimin uygun, uyumlu hale getirilmesi gerektiği belirtilmiştir.

Arslan'ın ( Tarihsiz) 'Medyanın Birey, Toplum ve Kültür Üzerine Etkileri' adlı çalışmasında, medyanın birey, toplum ve kültür üzerine olası etkileri incelenmiştir. Medyanın toplumun yapısı, kurulu düzeni ve bireyler arası ilişkilerin niteliği ve şekli üzerinde yeniden yorumlayıp, düzenleyici ve şekillendirici bir etkisinin olduğu belirtilmiştir.

## 2. BÖLÜM:

### 2. SOSYAL BİLGİLER EĞİTİMİ VE MEDYA

#### 2.1. Sosyal Bilgiler Eğitimi

“Eğitiminin nihai amacı etkili, üretken ve demokratik yaşamı kazanmış vatandaşlar yetiştirmektir. Etkin bir vatandaş olmaktan kasıt ise gereksinimi olan bilginin farkında olan, o bilgiye ulaşma yollarını bilen, ulaştığı bilgiyi anlamlandırabilen, anlamlandırıdığı bilgilerden yeni bilgiler üretebilen, bilginin geçmiş formunu araştıran, gelecekteki halini kestirebilen ve bilgisini kullanmayı bilen insan olmasıdır. Böylesi bir insan tipini yetiştirme işini, okullarda toplumsal yaşamla bire bir ilgili, doğrudan hayatla ilişkili bir ders olma özelliğine sahip Sosyal Bilgiler dersi yüklenmiştir.” (Gürkan, 2011:2).

Tarihte Sosyal Bilgiler eğitiminin ne zaman ve nerede başladığı kesin olarak bilinmemektedir. Ancak “İnsanoğlunun var olduğu andan itibaren Sosyal Bilgiler eğitimi başlamıştır” denilebilir. Çünkü doğal ve sosyal bir ortam içinde yaşayan insanın yemek, içmek, giyinmek, barınmak, korunmak gibi bazı ihtiyaçlarını karşılayabilmek için birtakım bilgi ve becerilere gereksinimi vardır. Bu bilgi ve becerilerde Sosyal Bilgiler aracılığıyla edinilir.

Sosyal Bilgiler nedir? XX. yüzyıl boyunca bu soruya birbirinden farklı pek çok yanıt verilmiştir. Bu ders okullarda on yıllardır verilmekle beraber, Sosyal Bilgiler öğretiminin amaç içerik ve yönteminin ne olduğu ya da olması gerektiği konusunda uzun süre uzlaşma sağlanamamıştır.

Aşağıda XX. yüzyılın ikinci yarısında yapılan Sosyal Bilgiler tanımlarından bazı örnekler yer almaktadır;

- “Sosyal Bilgiler vatandaşlık eğitimi amacıyla Sosyal Bilimler ve Beşeri Bilimlerin kaynaştırılmasıdır.” (Barr ve dig. akt. Öztürk, 1978:18).



- “Sosyal Bilgiler kritik sosyal konularda vatandaşlık becerilerinin uygulanması amacıyla sosyal ve beşeri bilimler kavramlarının disiplinler arası bir yaklaşımla kaynaştırılmasıdır.” (Barth, akt. Öztürk, 199:7).
- “Sosyal Bilgiler hemen her bakımdan değişen ülke ve dünya koşullarında bilgiye dayalı karar alıp problem çözebilen etkin vatandaşlar yetiştirmek amacıyla Sosyal ve Beşeri Bilimlerden aldığı bilgi ve yöntemleri kaynaştırarak kullanan bir öğretim programıdır.” (Öztürk, 2006:23).

Sönmez’e göre Sosyal Bilgiler ise “Toplumsal gerçekle kanıtlamaya dayalı bağ kurma süreci ve bunun sonunda elde edilen dirik bilgiler olarak tanımlanabilir. Toplumsal gerçek denildiğinde toplumsal yaşamı düzenleyen her türlü etkinlik akla gelebilir. İnsanın yaşamında kullandığı ve zorunlu olan onun daha kolay, rahat ve mutlu yaşamasını, kendini gizli güçleri doğrultusunda geliştirip gerçekleştirmesini sağlayan tüm toplumsal olgular ve ilişkiler bu kavramın kapsamı içine girebilir. Bir bakıma tüm sosyal bilimlerin, felsefe ve diğer etkinliklerin kesiştiği bir alan olarak düşünülebilir.” (Sönmez, 1998:3).

Milli Eğitim Bakanlığı, Talim ve Terbiye Kurulu İlköğretim Programında Sosyal Bilgiler şu şekilde tanımlanmaktadır: “Bireyin toplumsal var oluşunu gerçekleştirebilmesine yardımcı olması amacıyla; tarih, coğrafya, ekonomi, sosyoloji, antropoloji, psikoloji, felsefe, siyaset bilimi ve hukuk gibi sosyal bilimleri ve vatandaşlık bilgisi konularını yansıtan; insanın sosyal ve fizikî çevresiyle etkileşiminin geçmiş, bugün ve gelecek bağlamında incelendiği; toplu öğretim anlayışından hareketle oluşturulmuş bir ilköğretim dersidir.” (<http://ttkb.meb.gov.tr/program2.aspx/program2.aspx?islem=1&kno=37>).

Tanımlardan anlaşıldığı üzere Sosyal Bilgiler, doğru kararlar verebilme, mantıklı düşünebilme, iyi ilişkiler kurabilme ve iletişim sağlayabilme gibi davranışların ortaya çıkmasını sağlamaktadır.

“Disiplinler arası bir vatandaşlık eğitim programı olarak Sosyal Bilgilerin doğuş süreci ABD’nin XX. yüzyıla girerken yaşadığı ve müteakip yüzyılda da devam eden sosyal, kültürel, ekonomik, vs. alanlardaki büyük toplumsal dönüşümün doğurduğu sorunlara çözüm arama çabalarının bir sonucu olarak başlamıştır. Bu çözüm doğrultusunda ABD yöneticileri yeni bir eğitim reformu yapmak zorunda kalmışlardır.

Bu reformla ABD vatandaşlarına bir arada yaşama arzusunun giderek karmaşıklaşan ve zorlaşan yaşamda karşılaşılabilecek sorunları çözme ve karar alma becerilerinin kazandırılması gerekiyordu.” (Barth, akt. Öztürk, 2006:43). Bu arayışlar Sosyal Bilgilerin ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Doğası gereği sorunların çözümünde, insanlara yol gösteren bir rehber olarak bilim dünyasına girmiştir.

Biz de ise Sosyal Bilgiler programlarının kapsamına giren konuları içeren dersler ilk kez sultan II. Abdülhamit’in 1876-1909 zamanında ilköğretim programlarına girmiştir. Bu dönemde yalnız tarih ve coğrafya dersleri bazı programlarda yer almıştır. 1913 Tedrisat-ı İptidaiye Kanun-ı Muvakkati’nde ise tarih ve coğrafyadan başka malumat-ı medeniye ve ahlakiye ve iktisadiye ilköğretim okulu programına konmuştur.

“Türkiye’de disiplinler arası ve bütünleşmiş bir vatandaşlık eğitim programının geliştirilmesine öncelik ilk çalışmalar, ABD’de yeni Sosyal Bilgiler hareketinin ortaya çıktığı 1960’lı yıllarda başlamıştır. Bu bağlamda tarih coğrafya ve vatandaşlık dersleri 1962’de yayınlanan ilköğretim program taslağında toplum ve ülke incelemeleri adı altında birleştirilmiştir. Bu yeni ders 1968 ilköğretim programında Sosyal Bilgiler adını almıştır. O tarihten itibaren Türkiye’de ilköğretim okullarının, ilköğretim okullarının, 4-5.sınıflarında Sosyal Bilgiler anlayışı egemen olmuştur. Son otuz beş yılda bazı uzun dönemli kesintiler hariç ilköğretim okullarının 6-8. sınıflarında da Sosyal Bilgiler dersine yer verilmiştir. 12 Eylül 1980 askeri müdahalesini izleyen yıllarda başlayan tek disiplinli milli tarih ve milli coğrafya dersleri 1998 yılında terk edilmiştir. Bunların yerini ilköğretim okullarının 4-7. Sınıflarını kapsayacak şekilde Sosyal Bilgiler dersi almıştır.” (Öztürk, 2006:46-47).

## **2.2. Sosyal Bilgilerin Dersinin Amaçları**

Milli Eğitim Bakanlığı'nca hazırlanarak 1998 yılının Nisan ayında yayınlanan 2487 sayılı Tebliğler Dergisi'ndeki "İlköğretim Okulu Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı"nın başlangıcında "Türk Milli Eğitiminin Genel Amaçları"na yer verilmiştir. 1973 tarihli ve 1739 sayılı Milli Eğitim Temel Kanunu'na göre, Türk Milli Eğitiminin Genel Amaçları şöyledir:

Türk Milli Eğitiminin genel amacı, Türk milletinin bütün fertlerini;

- Atatürk inkılâp ve ilkelerine ve Anayasada ifadesini bulan Atatürk milliyetçiliğine bağlı; Türk milletinin millî, ahlâkî, insanî, manevî ve kültürel

değerlerini benimseyen, koruyan ve geliştiren; ailesini, vatanını, milletini seven ve daima yüceltmeye çalışan; insan haklarına ve Anayasanın başlangıcındaki temel ilkelere dayanan demokratik, lâik ve sosyal bir hukuk devleti olan Türkiye Cumhuriyeti'ne karşı görev ve sorumluluklarını bilen ve bunları davranış haline getirmiş yurttaşlar olarak yetiştirmek;

- Beden, zihin, ahlâk, ruh ve duygu bakımlarından dengeli ve sağlıklı şekilde gelişmiş bir kişiliğe ve karaktere, hür ve bilimsel düşünme gücüne, geniş bir dünya görüşüne sahip insan haklarına saygılı, kişilik ve teşebbüse değer veren, topluma karşı sorumluluk duyan; yapıcı, yaratıcı ve verimli kişiler olarak yetiştirmek;
- İlgi, istidat ve kabiliyetlerini geliştirerek gerekli bilgi, beceri, davranışlar ve birlikte iş görme alışkanlığı kazandırmak suretiyle hayata hazırlamak ve onların, kendilerini mutlu kılacak ve toplumun mutluluğuna katkıda bulunacak bir meslek sahibi olmalarını sağlamak. (Sözer, Tarihsiz:20).

“Türk milli eğitiminin genel amaçlarında, Ortaöğretimin amaç ve görevleri, milli eğitimin genel amaçlarına ve temel ilkelerine uygun olarak, bütün öğrencilere ortaöğretim seviyesinde asgari ortak bir genel kültür vermek suretiyle onlara, kişi ve toplum sorunlarını tanıtmak, çözüm yolları aramak ve yurdun iktisadi, sosyal ve kültürel kalkınmasına katkıda bulunmak bilincini ve gücünü kazandırmaktır.” (Tezcan, 1994:51).

“Bu amaca uygun olarak Sosyal Bilgilerin öncelikli amacı, birbirine bağlı bir dünyada, kültürel farklılıkları olan demokratik bir toplumda, genç insanların bilgiye dayalı, karar verebilme yeteneklerini geliştirmektir.”(Stockard, akt. Ünlüer, 2008:12).

Sosyal Bilgiler dersi, demokratik değerleri benimsemiş vatandaşlar olarak öğrencilerin içinde yaşadığı topluma uyum sağlamalarını ve öğrencilere bu bilgi birikimini yaşama geçirilebilecek donanımlar kazandırmayı amaçlamaktadır (<http://ttkb.meb.gov.tr/program2.aspx/program2.aspx?islem=1&kno=37>).

Türk milli eğitiminin genel amaçlarına ve Sosyal Bilgiler dersinin amaçlarına baktığımızda, Sözer, Sosyal Bilgiler dersinin amaçlarının, Türk milli eğitiminin genel amaçlarının özü ve ruhuna uygun düştüğünü belirtmektedir (Sözer, Tarihsiz ).

### **Sosyal bilgiler dersinin amaçlarındaki değişme ve gelişmeler:**

- 1845’de Abdülmecid’in yayınladığı ‘Hat’ da ilköğretimden umumi cehaletin giderilmesi genel öğrenimin uygulanması ve dini eğitim ile hayati bir eğitimin ve öğretimin verilmesi beklenmektedir. Bu amaç 1923’e kadar hemen hemen hiç değişmemiştir.
- 1926 programında genç nesli muhitine faal bir halde intibak ettirmek suretiyle iyi vatandaşlar yetiştirmek.
- 1929 programında ilk tahsil çağında bulunan çocukların bedence ve ruhça en sağlam kabiliyetlere sahip olmalarını temin edecek bir muhit içinde en lüzumlu bilgileri ve maharetleri kazandırmak, olarak belirlenmiştir.
- 1930 Köy mektepleri müfredatlarında evinde muhitinde ve bütün hayatında işine yarayacak bilgiye ve itiyatlara sahip olmasını temin etmek, ilkokulun hedefleri olarak saptanmıştır.
- 1936 programında bilimsizliği gidermek; kültür içinde her gün daha çok çocuk ve yurttaşı okutup yetiştirecek bir program uygulamak; her eğitim ve öğretim kurumunda öğrencinin teşebbüs kabiliyetini kırmamaya ve öğrenciye sevgi, okşayışla, özen göstermekle beraber onları hayatta kusurlu olmaktan korumak için ciddi bir disiplin ve düzene, ahlak anlayışına alıştırmak vs. [Tarih Coğrafya, Yurt bilgisi (Sosyal Bilgiler)] ile ilgili olduğu söylenebilir.
- 1948 programında ilkokulun amaçları yoktur fakat milli eğitimin amaçları vardır. Bunların ilkokulunda amaçları olacağı vurgulanmıştır. Bu amaçlar çocuğun toplumsal, kişisel, insanlık, ekonomik hayat bakımından gelişmesi istenmiştir.
- 1962 ilkokul program taslağında tarih, coğrafya, yurttaşlık bilgisi dersleri toplum ve ülke incelemeleri adı altında birleştirilmiştir. Bu programda ilkokulun hedefleri saptanmış kişisel bakımdan, insanlık münasebetleri bakımından, ekonomik hayat bakımından, toplumsal hayat bakımından olmak üzere dört ana başlık altında toplanmıştır.

“Sosyal Bilgiler (Tarih, Coğrafya, Yurttaşlık Bilgisi) dersinin hedefleri 1968 programında yer almış daha sonra bunlara 1990 yılında çevre ve trafikle ilgili olanlar eklenmiştir. Bu hedefler (amaçlar) vatandaşlık görevleri ve sorumlulukları yönünden,

çevreyi, dünyayı ve yurdu tanıma yeteneklerini geliştirmek yönünden, ekonomik yaşama fikrini ve yeteneklerini geliştirme yönünden olmak üzere dört ana bölüme ayrılmış ve bunların alt basamakları belirlenmiştir. 1968 programında, toplum ve ülke olarak değiştirilen tarih, coğrafya, yurttaşlık bilgisi derslerinin adı Sosyal Bilgiler olmuştur.” (Sönmez, 1998:35-36).

Yeni öğretim programı, Sosyal Bilgiler öğretiminde önemli bir konuma sahip olan yansıtıcı düşünme, Sosyal Bilimler, vatandaşlık aktarımı olarak Sosyal Bilgiler eğitimi geleneklerini yansıtmaktadır. Bununla birlikte Sosyal Bilgiler öğretim programı öğrenciyi sosyalleştirmenin yanı sıra öğretmen ve öğrencinin birlikte hayal gücü ve yaratıcılık becerilerini geliştirmelerini amaç edinmiş görünmektedir (Ata, 2008).

### **2.3. Sosyal Bilgiler Dersinin Yeri ve Önemi**

“Her insan asgari iki boyutludur; herkesin kendisini temsil eden bir “ben”i, mensup olduğu grup veya topluluğu temsil eden bir “biz”i vardır. Gerçekte insan, ancak diğer insanlarla birlikte yaşamaya ve karşılıklı ilişkide bulunmaya başlamakla esas şahsiyetini ve insanlığını kazanmaktadır. İnsan, sürekli olarak bir sosyal çevrenin içinde yaşamakta ve sosyal çevre, insanın yaşaması için, anne karnındaki etene (placenta) kadar gerekli olmaktadır. Tabiatı itibarıyla sosyal bir varlık olan insanın içindeki sosyallik onun içinde kuvvetli bir içgüdü veya eğilim olarak bulunmaktadır.” (Ergun, 1994:23).

“İnsan biyolojik, kültürel, toplumsal ve psikolojik bir varlık olarak ele alınırsa, onun toplumsallaşması için biyolojik yapısının dışındaki kültürel, toplumsal ve psikolojik boyutları ele alınmalıdır. Çocuğun zihinsel gelişimi tümdengelimden tümevarıma doğrudur. Çocuk bütünü algılar ve onu anlamaya çalışır. Parçalara ayrıntılara bu yaşlarda gidemez, yaşam bir bütündür ve çocuk tarafından somut işlemler döneminde parça parça algılanamaz. Günlük yaşamdaki olgular bir bütünlük gösterir. İlköğretim döneminde çocuk, günlük yaşamda karşılaştığı sorunları bir bütünlük içinde çözmeye çalışır. Değişik olayların, olguların sorun üzerine etkilerini görür ve çok boyutlu düşünmeye başlar. Bu yaşamın en belirgin niteliğidir. Sosyal Bilimlerdeki sorunların tek nedeni yoktur; tersine o soruna etki eden birçok neden vardır. İşte bu özelliğinden dolayı, öğrencinin olayların pek çok boyutunu görmesi açısından Sosyal Bilgiler önem kazanmaktadır.” (Sönmez, 1998:3).

Uzun yıllardan beri karmaşık ve kaotik hale gelen sorunların, her geçen gün artan bir biçimde, dünyanın sosyal yapısını zorladığını belirten Öztürk, daha sonra şu görüşlere yer vermektedir: “Her geçen gün artan bu sorunlar toplumu psikolojik ve fizyolojik bakımdan olumsuz olarak etkilemekte, insanların performansını düşürmektedir. Bu doğrultuda eğitim, çoğu ülkede hala içine düşülen sosyal çıkmazdan kurtulmanın en önemli aracı olarak görülmeye devam etmektedir. Örneğin, Savage ve Armstrong (1996)’un belirttiği gibi şaşkıncu bir biçimde ABD’de insanlar, yöneltilen tüm eleştirilere rağmen okulları toplumu değiştirebilecek asıl kurumlar olarak görmeye devam etmektedir. Benzer bir saptamayı, Türkiye için de yapmak mümkündür. Eğitim alanında gözlemlenen pek çok yetersizliğe rağmen halk, ülkenin aydınlık geleceği için eğitime bel bağlamayı sürdürmektedir. Böylesi ciddi bir rol yüklenen okulların programlarında Sosyal Bilgiler dersi, ayrı bir öneme sahiptir. Çünkü Sosyal Bilgiler, doğrudan vatandaşlık eğitimi üzerine odaklanmış tek ders olma özelliğine sahiptir.” (Öztürk, 2006:22).

Gumpowich, insanın bütün düşünce ve kültürünün, beyindeki her şeyin kaynağının kendi sosyal çevresi, içinde yaşadığı sosyal ortam olduğu görüşünü savunmaktadır (Ergun, 1994). “Eğer ki birey inanç ve değerlerinde tam anlamıyla netliğe sahip değilse ya da bunlarda bir belirsizlik varsa, başkalarının değerlerini ve bakış açılarını almaya daha meyilli olacaktır.” (Rossiter, 1999:25).

“Dolayısıyla her türlü iletişim mecrasını olanaklı kılan yeni iletişim teknolojilerinin artması, aşırı rekabet ortamı ve ekonomik koşullar, medyayı her gün yeni buluşlar peşinde koşturmakta ve bu durumda birey ise enformasyon bombardımanı altında kalmaktadır. Ayrıca, maruz kaldığı mesajı nasıl değerlendireceği konusunda bilinçli, kendisine sunulan, hatta bazen sunulmayan, metni/mesajı eleştirel bakış açısı ile değerlendirebilen bireyin, özellikle de çocuk ve gençlerin iletişim araçlarından etkilenmesi de doğal olarak farklı olacaktır.” (Treske,2006:8).

İşte burada öğrencilere olayların pek çok boyutunu göstermesi, onların karar verebilme yeteneklerini, hayal gücü ve yaratıcılık becerilerini geliştirmelerini sağlayan Sosyal Bilgiler eğitimi, medya ve medya eğitimi açısından önem arz etmektedir. Bununla birlikte Sosyal Bilgiler dersi, çocuğa toplumsal kişiliğin oluşturulmasında, yaşamla ilgili deneyimler kazandıran önemli bir ders olarak işlevini gerçekleştirmektedir (Sözer, akt. Ünlüer, 2008).

## 2.4. Medya

İçinde yaşadığımız toplumun değerlerini dönüştürerek ve çoğu zamanda yeniden üreterek gündelik yaşantımızın en önemli parçalarından biri haline gelen iletişim araçları, yaygın kullanımıyla medya; Türk Dil Kurumu Büyük Türkçe sözlüğünde, “İletişim ortamı, kitle iletişim araçlarının tümüne verilen ad” olarak ifade edilmektedir (Akçalı, 2009).

“Bizim Türkçede medya olarak kullandığımız, İngilizcedeki media sözcüğü, araç, orta, ortam, aracı anlamlarına gelen medium (Latince medius) sözcüğünün çoğuludur. Diğer yandan, Türkçe de “media” sözcüğünü karşılamak üzere, oldukça hantal kaçmakla birlikte, “kitle iletişim araçları” kavramı da kullanılmaktadır.” (Nalçaoğlu, 2011:43).

“İletişim kelimesi ise Latincedeki communis kelimesinden türetilmiş communication kavramının karşılığı olarak kullanılmaktadır. Anlaşılacağı gibi dilimizdeki karşılığı yabancı dillerdeki anlamının en önemli kesimini dışarıda bırakmaktadır. Birey ile birey (ya da bireyler) arasında yapılan bir anlam yüklü simgeler gönderimi, alımı, işlenimi, yeniden gönderimi, yeniden alımı ve yeniden işlenimi, vb. süreci olarak ifade edilen iletişim terimi, communication sözünün temelindeki toplumsallaşma anlamını ifade etmemektedir. Oysa Latincedeki anlamı, communa, de communis, communicare gibi kelimelerden anlaşılacağı gibi, bir ortaklığı, toplumsallaşmış olmayı, birlikteliği, iştirak haline gelmiş olmayı kapsamakta; dolayısıyla, iletişimi hem bireyler arasında bir süreç olarak, hem de bunlar aracılığı ile toplumsal düzeyde bir süreç olarak ifade edebilmektedir.” (Oskay,2000:309).

Toplumsal yaşamda önemli bir rol oynayan Medya'nın tarihi çok geniş bir alanı kucaklar. Çağlar boyu toplumların kendilerini ve öteki toplumları nasıl gördüklerini ve çeşitli aktörlerin kişisel tasarıları doğrultusunda bu görüntüyü değiştirmek için nasıl çaba harcadıklarını inceleme görevini üstlenerek tüm araştırma sahalarıyla kesişir ve insanların kamusal ve özel alandaki faaliyetlerinin çoğunu kapsar (Jeanneney, çev.Atuk, 2006 ).

“Matbaanın icadı ile başlayan yazılı basın dönemini ele almadan önce, insanlık tarihinin modern çağ diye adlandırılan uç noktasından önceki uzun çağlar boyunca haberlerin dolaşımından söz etmek gerekir. İlk medya çok basit ve öngörülebilir bir

olayın herkese açık bir şekilde anlatılmasıdır. Yazının henüz bilinmediği bir çağda, bir ağaçtaki çentik, renkli bir çakıl taşı, kırık bir dal, ilkel insanların gözünde düşmanın yaklaştığını veya bir av hayvanının buradan geçtiğini ya da şuradan geçeceğini anlatır.” (Jeanneney, çev.Atuk, 2006:19).

19. yüzyılın sonlarına doğru İnal (2011) medyanın bilgi vermenin de ötesinde gündemine siyaset bilimi ve sosyolojiyi de alarak farklı boyutlara geldiğini belirtmiştir. Medya'nın bugünkü durumu ile ilgili Konukman ise şu görüşlere yer vermektedir: “Medya, bugün günlük yaşamda insanlar için vazgeçilmez bir konuma gelmiş, kamuoyu oluşturmadan eğlendirme fonksiyonu ve bilgi vermeye kadar, farklı işlevleri yerine getiren geniş bir yelpazeye sahiptir. Çoğu zamanda hangi konuda, ne zaman düşüneceğimizi bile medya yönlendirmektedir.” (Konukman, 2006:54).

İnsanların var olduğu günden bu yana bilinçli, bilinçsiz bir şekilde insanları etkileyen medya, bugün de aynı görevini yerine getirerek toplum üzerindeki etkisi arttırarak devam ettirmektedir. Özellikle öğrencilerin dünyasında geniş yer bulan kitle iletişim araçları, öğrenme sürecinde öğrencileri kitaplardan daha çok basılı olmayan kaynaklara yönlendirmektedir. Yani sinema, televizyon ve internet öğrencilerin öğrenmelerini diğer kaynaklardan daha çok etkileyerek, eğitim sürecinde de başrol oynadığını ortaya koymaktadır.

#### **2.4.1. Medyanın Temel İşlevleri ve Gücü**

Çağımızda en büyük değişim iletişim alanında yaşanmaktadır. Teknoloji alanında meydana gelen gelişmeler her şeyden önce iletişim alanında kendini göstermekte ve toplumda varlığını hissettirmektedir. İletişim araçları, yaygın kullanımıyla medya; düşüncelerin, davranışların, değer yargılarının oluşmasında, toplumun kültürel ve sosyal yapısının belirlenmesinde en güçlü araç haline gelmiştir ([http://www.kadininstatusu.gov.tr/upload/mce/eski\\_site/Pdf/TCEUlusaleyemplani.pdf](http://www.kadininstatusu.gov.tr/upload/mce/eski_site/Pdf/TCEUlusaleyemplani.pdf)).

Medya, kültürün ulusal ve uluslararası düzeyde bireylere ulaştırılması noktasında önemli bir görev üstlenmektedir. Diğer taraftan medya (yazılı basın, radyo, televizyon, internet vb.) özellikle toplumsal hayatta bireylerin çeşitli sosyal ihtiyaçlarını gidermek için sık sık başvurdukları önemli bir kaynaktır. Bireyler bu kaynağı bilgi edinme, eğlenme, haber alma maksadıyla kullanırken, medya da topluma ve dolayısıyla bireylere karşı sorumluluklarını, doğru ve tarafsız olarak bilgilendirme, eğitim,



eğlendirme ve sosyalleştirme vb. gibi fonksiyonları yerine getirerek yapar. Meseleye bu açıdan bakıldığında, toplumda en önemli kurumlardan birisi medya olarak görülmektedir (Kocadaş, 2005).

Günlük yaşam içerisinde medyanın kapladığı alanın sürekli olarak genişlediği belirten Karaca, medyanın önemini ile ilgili şu görüşlere yer vermektedir: “Günümüzde bilim, iletişim ve teknoloji de yaşanan gelişmeler sonucunda medya büyük kitlelere kısa sürede ulaşabilmekte ve onları etkileyebilmektedir. İletişim araçları toplumun davranış kalıpları, değer ve düşünce tarzlarının bireylere kazandırılması ve öğrenilenlerin içselleştirilmesinde etkili olmaktadır. İletişim araçlarına özellikle de görsel medyaya gösterilen yoğun ilginin de kolaylaştırıcı etkisiyle iletişim araçları vasıtasıyla kitlelere aynı ileti çok sayıda ve farklı mesajlarla iletilmekte, çok hızlı bir bilgi akışı sağlanmaktadır.” (<http://www.belgeler.com/blg/2b9t/medya-ve-ruh-salii-nabiz-dergisi>).

“İletişim araçları deyince aklımıza ilk televizyon gelse de Burton (1995) televizyonun etkileme gücünü inkâr etmeden, etki bağlamında bütün medyanın bir arada düşünülmesi gerektiğini belirtmektedir. Ona göre medyanın esas gücü, dünya görüşümüzü şekillendirebilmesi, düşünce ve fikirlerimizin temel kaynağı olabilmesi gerçeğinde yatmaktadır. Medya düşünce ve davranış biçimimize etki edebilmektedir. Onu televizyon gibi kişisel bir araç olarak değil de bir bütün olarak ele aldığımızda bu güç daha da etkileyici bir şekilde ortaya çıkmaktadır.” (Sezer, 2007:173).

Akgül’e göre (2006) Kitle iletişim araçları günümüzde dünyanın her alanını sarmış durumdadır. Dünya, enformasyon bombardımanının altındadır. Bu bağlamda dünyanın en ücra kösesindeki insan dahi büyük bir bilgilendirme etkisi altındadır. Bu bilgilendirme siyasetten sağlık konusuna kadar her türlü alanı kapsamaktadır. Birey artık kendi ülkesinde gelişen olaylardan haberdar olduğu gibi dünyada olan diğer gelişmelerden de anında haberdar olmaktadır.

Potter’den de medyanın etkisi ile ilgili şu görüşlere yer vermektedir: “Günümüzde medya o kadar önemli bir yer tutmaktadır ki bizler sanki iki farklı dünyada yaşamaktayız. Bunlardan biri gerçek dünya olurken diğeri de medya dünyasıdır.” (Potter, akt. Kutoğlu, 2006:62).

Medyanın etkisini ve gücünü daha iyi anlamak için hayatımızda ne kadar yer kapladığına baktığımızda bu durumu daha iyi anlamış olacağız. Bugün ülkemizde,

gelişen iletişim teknolojileri ile 24'ü ulusal, diğerleri yerel ve bölgesel olmak üzere toplam 254 televizyon; 36'sı ulusal ve diğerleri bölgesel ve yöresel olmak üzere 1092 radyo; ayrıca kablo ve uydu üzerinden ve internet ortamında yayın yapan radyo ve televizyonlarla birlikte sayısız sınır ötesi yayın evlerimize ulaşmaktadır. Bu şekilde yetişkinlerin dünyasına ait toplumsal hayattaki her türlü enformasyonun elektronik kitle iletişim araçlarının kullandığı çeşitli mecralar aracılığı ile evlerimize, her yaştan izleyiciye erişmesi kaçınılmaz olmuştur. Günümüzde tüm dünyada medya ve iletişim konusunda sürekli bir teknolojik atılım olmaktadır. Buna bağlı olarak medyanın toplum üzerinde gücü ise her geçen gün artmaktadır (Treske, 2006).

Ülkemizde 21 ilde toplam 2.570 kişiden oluşan bir örneklem grubu ile yapılan araştırmaya göre: Deneklerin sahip olduğu televizyon adedinin izleme eğiliminde etkili olduğu düşünülerek evlerdeki televizyon adedi araştırılmış; elde edilen sonuçlara göre ankete katılanların %54,6'sının "1 adet", % 36,4'ünün "2 adet" ve % 9'unun "3 adet ve üzeri" sayıda televizyona sahip oldukları gözlenmiştir ([http://www.rtuk.org.tr/sayfalar/IcerikGoster.aspx?icerik\\_id=fceac66bd555-433f-9f0b](http://www.rtuk.org.tr/sayfalar/IcerikGoster.aspx?icerik_id=fceac66bd555-433f-9f0b)). Deneklerin neredeyse yarısında iki ve üzeri televizyon bulunmaktadır.

Aynı şekilde internet kullanımına baktığımızda dünya genelinde 206.956.723 web sitesi ve 2.095.006.005 kullanıcı (2010) bulunmaktadır. Türkiye de ise, 2003te 18604, 2011'de 12.789.017 geniş bant internet abone sayısı ve 2011 yılında 26.5 milyon kullanıcıyla da dünyada 13.sırada yer almaktayız (BTİK, 2011). Türkiye nüfusunun 3'te 1'den fazlasının internet kullanıcısı olduğu görülmektedir. Ayrıca 2003'ten 2011'e kadar geçen sürede kullanıcı sayısındaki artış oranı bu durumu açık bir şekilde ortaya koymaktadır.

Farklı bir yaklaşımla medyanın etkisinden bahseden Burnett şu görüşlere yer vermektedir: "Televizyon, radyo ve internetin her zaman kullanımda olduğunu ve nasıl elektrik kullanılmadığı zaman ortadan kaybolmuyorsa iletişim araçları da izleyiciler kapama düğmelerine bastıklarında ortadan kaybolmayacağını ve bu sürekli mevcudiyet insan hüneri ve yaratıcılığı sayesinde kurulmakta olan inşa edilmiş yeni bir çevrenin parçasıdır." (Burnett, akt. Gürel, 1990:38).

Arslan (Tarihsiz), ardı arkası kesilmeden, defalarca yinelenerek verilen görüntü ve imgeler bireylerin beyinlerinin ve kalplerinin derinliklerine kadar işlediğini ve kalıcı izler bıraktığını ifade ederek, bütün bunların özellikle de, özdeşim kurma eğilim ve

ihtiyacında olan bireyleri derinden etkilediğini belirtmektedir. Periyodik bir şekilde yinelenen hayatla ilgili örnek yaşanan modelleri toplumsal gerçekle bağdaşım uyuşmuyorsa, bu tür modellerle özdeşim kurarak yetişen bireylerin dağlık olması düşünülemez.

“Postman ise her iletişim aracının, bizi zihinlerimizi düzenleyip dünyaya ilişkin deneyimimizi bütünleştirmeye yönelttiğinden, kendini bilincimize ve toplumsal kurumlarımıza kabul ettirmeye çalıştığını ifade etmektedir.” (Postman, çev.Akınhay, 2004:27).

Medya etkisini kuram ve yaklaşımlarla açıklayan Geoarge Gerbner ise davranışsal etkiler kuramını medyada sunulan şiddeti izledikten sonra bireylerin davranışlarındaki değişiklikleri ölçmeye odaklanan araştırmaların dayandığı kuramsal temelleri şeklinde ifade etmektedir. 20. yüzyıl boyunca 10 binden fazla araştırma, şiddet görüntülerini izleme ile saldırgan davranışa yönelme arasındaki olası bağı soruşturmuştur. Bu yöndeki araştırmaların özellikle televizyonla birlikte artış gösterdiğini belirtmiştir (Carter ve Weaver, akt. Sezer, 2007).

Medya bir anda bir insanı, bir grubu, bir ülkeyi ya da tüm dünyayı etkileyebilecek mesajları sunabilmektedir. Medyanın sunduğu mesajların bir amaç taşımadığını düşünmek ise oldukça iyimser bir yaklaşım olacaktır. Medya yöneticilerinin ellerinde medya mesajları kurgulanmakta ve var olan gerçekler olduğundan farklı gösterilebilmektedir. Sunulan bu mesajlar kurgulayanın ideolojisini, değerlerini yüzeysel olarak değil ama derinlerinde taşımaktadır (Ulaş ve Koçak, Tarihsiz). Bu da medyanın gücünü ortaya koymaktadır.

## **2.4.2. Medyanın Türleri**

### **2.4.2.1.Gazete**

“Gazete, kitlelerin ulaşabilmesini sağlayan haberlerin basılı kayıdır. Gazete olayları yaratmayıp, gerçekleri bir olaydan kotararak okuyucuya anlayabileceğı biçimde sunar. Gazetelerin okuyucuyu dünyanın herhangi bir yerine götürebilme gücü olduğundan, gazetelere sihirli materyaller de denmektedir.” (Carey ve Greenberg, akt. Ünlüer, 2008:8).

“Haberleşme isteğinin insanlık tarihinde ilk çağdan itibaren var olduğu bilinmektedir. Araştırmalara göre dünyada çıkarılan ilk gazete Mısır uygarlığına ait Nil

boyalarında bulunan bundan 3400 yıl öncesine ait tuğla tabletlerdir. Mısırlılar bu tabletlere günün önemli olaylarını yazmışlar ve elden ele dolaştırmışlardır. Kâğıdın bulunmasıyla haber mektupları, daha sonra matbaanın icadıyla beraber ilk günlük gazeteler yayımlanmaya başlamıştır.” (Bakırcı, 2006:21).

Gazeteler okuyucuları farklı insanlarla tanıştırmak, onları yeni şeyler denemeye davet eder. Diğer iletişim araçlarıyla karşılaştırıldığında, gazetenin her tür bilgiyi geniş kitlelere ulaştırdığı görülür. Gazeteler aynı zamanda tarihi, günlük olarak aktaran kaynaklardır. Olay ve çerçevesi hakkında anında resimler sunarken, aynı zamanda tarihçiler için müthiş bir bakış açısı da oluşturmaktadır (Using Newspapers, 2006).

Gazete kullanımının yararları şöyle sıralanabilir (A Dozen Good Reasons for Using Newspapers in Your Classroom, 2006; Using Newspapers in Class, 2006 akt. Ünlüer, 2008:25).

Gazeteler;

- Gerçeği temel alan, hem bilgi edinmeyi, hem eğlenmeyi sağlayan yararlı bir eğitim aracıdır.
- Tarihi olduğu anda yansıtan ve olabildiğince nesnel aktaran bir kaynaktır.
- Basılı ve görsel formatta dünyanın her yerinden ulaşılabilecek bir kaynaktır.
- Her öğrencinin ilgisini çekebilecek bir kaynaktır.
- Öğrencilerin yaşamlarında kullanacakları standart sözcükleri ve dilbilgisi kurallarını içermektedir.
- Öğrencilerin belli bir amaca yönelik olarak yazı yazmaları için yol gösterici nitelikte kusursuz bir araçtır.
- Toplumdaki çoğu kişinin yaşamı boyunca okuyacağı tek yazılı metindir.
- Her düzeydeki yetişkin insanların ve öğrencilerin okuyabileceği, okurken görülmekten gurur duyabileceği bir araçtır.
- Öğrencilerin görerek ve yaparak öğrendikleri etkinliklerde, kesilebilir, işaretlenebilir olması açısından çok kullanışlıdır.
- Çeşitli hikâye, neşelendirici sütunları, karikatür ve bulmacalarıyla bireyleri eğlendirir.
- Yazılarıyla insanları ikna eder ve yönlendirir.

- İlanlarla hizmet ve ürün bilgilerini önerirler.

#### **2.4.2.2.Radyo**

“Yaşamımızı büyük ölçüde etkileyen ve toplumları biçimlendirmekte önemli bir yeri olan kitle haberleşme araçlarından biri de radyodur. Radyo, televizyondan daha eski bir kitle iletişim aracı olması, görsel tema içermemesi, sadece söze ve sese dayalı olmasına rağmen kolay elde edilebilirliği, taşınabilirliği ve her mekânda dinlenebilmesi önemini yitirmesini engellemiş, hitap alanını genişletmiştir.” (Bakırcı, 2006:49).

Radyo yayımlarının başlangıç tarihini elektriğin keşfedildiği tarihe kadar indirilebileceğini belirten Tekinalp (2003), ses sinyallerinin bir yerden bir yere aktarılma öyküsünün, elektriğin keşfi ile başladığını ve bu keşfin ilerlediği ince uzun yolda insan azmi ve iradesinin hala sürmekte olan izlerinin bulunduğunu söylemektedir.

Radyo yayını elektromanyetik dalgalar (hertz dalgaları) enerjisi aracılığı ile bir olayın, bir iletinin (söz-müzik) topluma ses yolu ile aktarılmasıdır. Bir başka deyişle, kulakla duyulamayan sinyallerin radyo frekansları aracılığı ile boşlukta yayılması ve bu sinyallerin, bu amaç için geliştirilmiş özel alıcılar (radyo alıcıları) aracılığı ile bireylerce alınması, izlenmesidir.

Radyonun, elektromanyetik dalgalar aracılığı ile ses unsurunun bir program şeklinde insanlık yararına sunulmasının henüz 85 yıllık bir geçmişi vardır. Ancak, radyo telsizinin ilk yayına başlamasının 1920’lerde olmasına karşılık, bu konuda yapılan çalışmaların çok eskiden, 1860’lı yıllarda başladığını belirtmek gerekir.

“Günlük yaşantımızın bir parçası durumuna gelen radyonun iletişim aracı olarak ortaya çıkması birçok insanın çalışması sonucu olmuştur. Değişik tarihlerde, değişik ülkelerde, farklı ilim adamları radyonun bugünkü durumuna gelmesini sağlayıcı teknik buluşları yapmışlardır.” (Aziz, 2006:16).

“Sürekli ilk radyo vericisi 1920’de ABD’de yayına başlamıştır. Diğer ülkelerde de düzenli radyo yayınları gecikmemiş; 1922’de İngiltere’de, Fransa’da, Sovyetler Birliğinde, 1923’de ise Almanya’da, sonra sırasıyla 1927 yılına kadar Arjantin, Avustralya, İtalya, Japonya, Norveç, Yeni Zelanda, Hollanda, İsveç, İsviçre, Çekoslovakya, Güney Afrika Birliği gibi ülkelerde radyo yayınları başlamıştır.” (Aziz, 2006:24). “Türkiye’de ise ilk düzenli yayın 6 Mayıs 1927’de başlamıştır.” (Tekinalp, 2003:128).

“Radyo, kitle iletişim araçları içerisinde insaniliği, kullanışlılığı, dinleyicisine kabiliyet serbestisinin yanında kendisini ifade etme imkânını da sağlayan bir iletişim organı olarak dinleyicisinin kendisiyle konuşmasını ister. Radyolar her yerden yayın yapabilme özelliğine sahiptir. Gezici yayın arabaları ile istenen konferans, konuşma, basın toplantısı gibi etkinlikleri canlı olarak yayımlayabilir. Gelişen teknoloji birkaç parça donanıyla yayın yapmayı olanaklı kılmıştır.” (Bakırcı, 2006:50).

### 2.4.2.3. Televizyon

Kimi tanımlara göre sihirli kutu, kimi tanımlara göre ise de, ahmak kutusu, ya da tek gözlü canavar. Nasıl tanımlanırsa tanımlansın, buna rağmen, görüntü ve sesin birlikteliği ile televizyonun günümüz kitle iletişim araçları arasında en etkili olduğu yadsınamaz bir gerçektir (<http://www.insanbilimleri.com/ojs/index.php/uib/article/view/162>).

“Televizyon, ortaya çıktığı andan itibaren insanoğlunun hayatına her alanda girmiş ve vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Televizyon hareket, ses, renk ve ışığı birleştirerek ilgi çekmekte; birden fazla duyuya yöneldiği için de etkisi her geçen gün artmaktadır.” (Büyükbaykal, 2007:31).

Postman’a (2004) göre, televizyon bilginin kumanda merkezidir. Örneğin diğer medya araçlarından yararlanışımız ağırlıkla televizyonun yönlendiriciliğiyle olmaktadır. Telefon sisteminin nasıl kullanılacağını, hangi filmlerin görüleceğini, hangi kitap, kaset ve dergilerin alınacağını, hangi radyo programlarının dinleneceğini televizyondan öğreniriz. Televizyon iletişim ortamımızı, başka hiçbir iletişim aracının gücünün yetmeyeceği tarzlarda bizim adımıza düzenler.

“İnsanların bireysellik isteklerini körükleyen ve onları sunduğu hayat tarzına doğru çeken” (Rossiter, 1999, 219) ‘televizyonun kısaca tarihsel süreçteki gelişimine baktığımızda; 19. yüzyılın sonları ile 20. yüzyılın başı radyo, hareketli sinema ve telefonun doğuşuna tanık olmuştur. Pittsburgh Westinghouse laboratuvarlarında çalışan Rus asıllı Vladimir Zworskin, 1923 yılında tamamen elektronik bir televizyon sisteminin patentini alan ilk kişidir.” (Tekinalp, 2003:128).

“Fransa ilk kez 1932’de, Paris’ten haftada bir saatlik deneme yayını başlatmıştı. Almanya’da, Posta Ofisi 1928’den itibaren 30 satırla yayın yapmaya başladı. Hollanda’da 1951’de, Belçika ve Danimarka’da 1953’te, Avusturya ve Lüksemburg’da 1955’te, İsveç ve İspanya’da 1956’da, Portekiz’de 1957’de, İsviçre,

Finlandiya ve Yugoslavya’da 1958’de, Norveç’te 1960’da başladı. Moskova’da ise 1948’de başladı.” (Jeanneney, çev. Atuk, 2006, 262-266). “Ülkemizde ise TRT ilk televizyon yayınlarını 1968 yılının ocak ayında başlatmıştır. Ancak televizyon yayınları ile ilgili çalışmalar 1960 öncesine kadar uzanır.” (Tekinalp, 2003:242). TELE VISION sözcüğü ise ilk kez Scientific Amerika dergisinin 1907 Haziranında yayınlanan sayısında kullanılmıştır.” (Serim, 2007:23).

Değiş yerindeyse, toplumsal ve entellektüel evrenin arka planındaki radyasyon, yüzyıl önceki elektronik big-bang’in neredeyse gözle görülmez kalıntısı (Postman, çev. Akınhay, 2004) olan ve bu kadar kısa bir sürede kültürel hayatın değişimi üzerinde en fazla etki yaratan kitle iletişim aracının yaygınlığı, etkinliği, formatı dikkate alındığında bunun “televizyon” olduğunu söylemek yanlış değildir. Başka hiçbir kitle iletişim aracı televizyon ölçüsünde bu kadar yaygınlığa sahip değildir.

#### **2.4.2.4.İnternet**

“İnternet, birden fazla haberleşme ağının, birlikte meydana getirdikleri bir iletişim ortamıdır. İnternet’te temel amaç iletişim olduğu için, ağı meydana getiren bilgisayarların arasında bağlantı kurmak gerekmektedir. Bunun sağlanması için de ortak bir dil kullanılmaktadır: TCP/IP yani İnternet Protokolü. TCP/IP uyumlu olması koşulu ile dünyanın herhangi bir yerindeki bilgisayar ağı İnternet’e katılabileceği gibi, haberleşme menzili elverdiği nispette uzaydaki bir bilgisayardan da İnternet’e bağlanmak mümkündür. Bu alt yapının yani İnternet’in bir sahibi yoktur; onu işleten, denetleyen merkezi bir otorite söz konusu değildir. Ve böylelikle internet giderek genişleyen, hızlanan ve yayılan yapısıyla temel medya ortamı olmuştur.” (Demir,2011: 24).

“İnternetin bir medya aygıtı olarak gelişim tarzı, hızlandırılmış bir film gibi, tüm modern iletişim araçları tarihinin tekrarı niteliğindedir. Yüzlerce yıllık gelişme yirmi yıla sığdırılmıştır. İnternetin taklit ettiği ilk bilgi işleme makinesi Gutenberg’in matbaasıydı. Hafıza ve bant genişliğinin maliyetinin düşmesiyle fotoğraflar ve çizimlerde web sayfalarına koymak mümkün hale geldi. Daha sonra internet, geleneksel ses işleme donanımının (radyo, fonografi ) işini de üstlenmeye başladı. Son olarak, internet sinema ve televizyon teknolojilerinin yerini alırken, videolar online olarak yayınlanmaya başladı.” (Carr, çev. Kapaklıkaya, 2012:107).

“Türkiye İnternet'e Nisan 1993'ten beri bağlıdır. İlk bağlantı ODTÜ'den gerçekleştirilmiştir. 64kbit/san hızında olan bu hat, çok uzun bir süre, tüm ülkenin tek çıkışı olmuştur. Ege Üniversitesi'nden olan bağlantı ise, 1994 başlarında, 64kbit/san. hızı ile gerçekleştirilmiştir. Ardından sırayla, Bilkent Üniversitesi (1995 Eylül), Boğaziçi Üniversitesi (1995 Kasım) ve İTÜ (1996 Şubat) bağlantıları gerçekleşmiştir. 1996 yılı Ağustos ayında da Turnet çalışmaya başlamıştır. 1997 yılına gelindiğinde, akademik kuruluşların İnternet bağlantısını sağlayan ULAKNET çalışmaya başlamış ve üniversiteler nispeten hızlı bir omurga yapısıyla birbirlerine bağlanmış ve İnternet kullanır hale gelmişlerdir.” (Ersöz ve Meral, 2006:150).

İnternetin sunduğu hizmetler, insanın hayal gücünü zorlayacak derecede artmıştır. İnsanlar internet sayesinde istedikleri her türlü bilgiye arama motorları sayesinde ulaşabilmekte, alışveriş yapabilmekte, filmlerin, kitapların, arabaların vb. merak ettikleri şeylerin tanıtımını görebilmekte, iş başvurusu yapabilmekte, üniversitelerin kütüphanelerine girebilmekte, bankacılık işlemleri yapabilmekte, kısacası internetin pek çok hizmetinden faydalanabilmektedirler. (Okudan akt.Bakırcı,2006).

“Özellikle 1990’lı yılların başından itibaren kamusal kullanımı yaygınlaşan internet, yalnızca iletişim teknolojisi alanında bir yenilik olmakla kalmamış, aynı zamanda gerek akademik, gerekse popüler ilginin merkezine oturmuştur. İnternet üzerine yönelik akademik ilgi öncelikle mühendislik ve iletişim disiplinde yoğunlaşmış, ancak sonrasında psikolojiden, sosyolojiye, siyaset bilimine kadar pek çok bilim dalının araştırma alanlarına eklemlenmiştir. İnternete yönelik popüler ilgi ise aracın kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte artmış, kişisel kullanıcının pek çok ihtiyacına yanıt veren bir iletişim ortamı olmasıyla önem kazanmıştır.” (Timisi,akt.Balcı ve Ayhan, 2007:175).

Koçak’a göre bugün en çok tercih edilen medya araçlarından biri olan internet tüm dünyada faaliyet göstermeye başlamıştır. Bilgisayar teknolojisinin gelişiminin ardından dünya çapında iletişimi oldukça kolay kılan internet erişimi geliştirilmiştir. Bu sayede artık internetin ulaştığı her yer tanınabilir ve görülebilir olmuştur. Kısacası internet dünyayı küçük bir köy haline getirmiştir (Koçak ve Ulaş, Tarihsiz).

Toplumlar üzerinde, bu kadar etkili olan internetin kimi zaman olumlu, kimi zaman da olumsuz etkileri, insanın sosyal hayatı ve kültürü üzerinde birtakım



değişiklere yol açtığı görülmektedir. Dünya, İnternetle bilgi ağırlıklı bir iletişim sisteminin içine doğru yol almakta ve bununla birlikte bilginin geniş kitlelere ulaşması İnternet sayesinde sağlanmaktadır. Etkileşimli iletişim imkânları sunarak bireylerin “seçim” ve “özgürlük” alanlarını genişletmekte ve dolayısıyla yayılan bilgiyle toplumsal gelişmeye olumlu bir etki yaptığı düşünülmektedir. Kimilerine göre pek çok yararlı bilginin bulunduğu dev bir kütüphane, kimilerine göre en iyi haberleşme aracı veya kimilerine göre de hoşça zaman geçirilebilecek bir araç olarak algılanan İnternet, kimilerine göre ise bir tehdit olarak algılanmıştır (Sarıkafioğlu, 2007).

Gerçekten günümüzde İnternet kullanımının artmasına paralel olarak hızlanan bağlantıların yanında, internet başında geçirdiğimiz zamanı da hesapladığımızda internetin önemini daha iyi anlamış oluruz.

Bu durumu internet üzerine birçok yazısı olan Carr şu şekilde açıklamaktadır: “2009 yılına gelindiğinde Kuzey Amerika’daki yetişkinler haftada ortalama on iki saatlerini internet başında geçiriyorlardı. Bu süre 2005 ortalamasının iki katıdır. Eğer yalnızca internet ulaşımına sahip yetişkinleri dikkate alırsanız, online olunan süreler haftada on yedi saatin üstüne çıkmaktadır. Daha genç yaşta olanlarda bu rakam sürekli artış halindedir. Yirmili yaşlarda kimseler haftada on dokuz saatten fazla zamanlarını online olarak geçiriyorlar. İki ila on bir yaş arasındaki Amerikalı çocuklar 2009 yılında interneti haftada yaklaşık on bir saat kullanıyorlardı. Bu süre 2004 yılındaki sürenin yüzde altmış fazlasıdır. Tipik Avrupalı yetişkinler, 2009 yılında, 2005 yılındaki ortalamanın yaklaşık yüzde otuz fazlası kadar, haftada ortalama on iki saat kadar online kalmaktaydı.” (Carr, çev. Kapaklıkaya, 2012:110).

Ülkemiz de ise TBMM’de kurulan Bilişim ve İnternet Araştırma Komisyonu, Bilgi Teknolojileri İletişim Kurumu (BTK) ile Telekomünikasyon İletişim Başkanlığı’nın (TİB) yaptığı araştırmalar sonucunda BTK yöneticilerinin verdiği bilgilere göre, internette bir dakikada 168 milyon e-posta gönderilip, 694 bin 445 arama yapılıyorken, 2 milyon kullanıcı da online porno izliyor.1998-2011 arasında AB ülkelerinde internet kullanımındaki artış oranı yüzde 91.6 olurken, Türkiye’deki artış oranı ise yüzde 14 bin 630’u bularak, rekor kırdı. Avrupa’da 1998-2000 arasında yüzde 245’lik büyüme, 2002-2004 arasında yüzde 535’e çıkıyor, daha sonra yüzde 91’e iniyor. Türkiye’de 1998-2000 arasında artış oranı yüzde 167, 2006’da yüzde 292, 2006-2008 arasında yüzde 5 bin 464, 2008-2010 arasında ise yüzde 7 bin 778 olarak

gerçekleşti. Bilişim geliri 2003'te 11,5 milyar dolar iken 2011'de 34 milyar dolara yükseldi. 2001'de işletmeci sayısı 126 iken, 2012'de 565 oldu (<http://datahaber.com.tr/index.php/datametres/671-btk-baskan-internet-kullanmyla-iligili-iliginc-verileri-acklad.html>).

## 2.5. Medyanın Eğitim Sürecindeki Yeri ve Önemi

“Kitle iletişim araçları dolayısıyla medya kuşkusuz modern zamanların biçimlendirici araçlarındandır.” (Akçalı, 2009, 1). İçinde yaşadığımız dönemin belki de en ayırt edici özelliklerinden biri de hepimizin yazılı ve görsel mesajlarla/iletilemlerle bizi kuşatan bir çevre içinde yaşıyor oluşumuzdur (Paker, 2009).

“Piaget, kişinin çeşitli gelişme dönemlerinde çevreden aldığı uyarıları kendine mal ettiğini, kendisinin de çevreye uyum yaptığını; bu uyum ve benimsemeler sonunda gelişen şemaların o kişinin algı, hareket, duygu, düşünce gibi özelliklerini meydana getirdiğini belirtmektedir.” (Ergun, 1994, 175). Özellikle çocuklar görsel ağırlıklı bir dünyada doğduklarından toplumsallaşma süreçlerinde okul, aile ve çevreden ama en çok da görselliğin temel oluşturduğu medyadan etkilenmektedir (Dinçer ve Yılmazkol, 2009).

Medya işlevsel açıdan bir iletişim aracı olmakla birlikte aynı zamanda çok önemli bir eğitim aracıdır. "Yaşantı ve öğrenme yoluyla bireyde istendik yönde (olumlu) davranış değişikliği meydana getirme süreci" olarak tanımlanan eğitim, medya kanalıyla da geniş halk kitleleri üzerinde etkisini gösterir. Eğitim, bireyin, toplumun istek ve beklentilerine uygun doğrultuda değiştirilmesi temeline dayanır. Bir başka anlatımla medya, çok etkin bir sosyalizasyon (toplumsallaştırma) aracıdır. Aynı bağlamda, çok farklı insanlara, çok sayıda ve farklı mesajları iletebilme gücü ve yetisine sahip olan bu iletişim araçları, üretilen kültür ürünlerini insanların yaşam alanlarının da içlerine, evlerine, oturma odalarına kadar taşır.

Bunun yanında kitle iletişim araçları gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde ülke sorunlarının çözümünde yararlandıkları araçlar topluluğudur. Başta yazılı basın olarak bilinen gazete, dergi, kitap, broşür ile radyo, televizyon, sinema, kaset gibi araçlardan oluşan kitle haberleşme araçları kuşkusuz araç olarak değil, bu araçlarla verilen mesajlar ile çözüme yardımcı olabilmektedirler. Bir başka deyişle bu araçlardan yararlanma, onunla verilen bilgi, haber ve mesajın iyi bir biçimde hazırlanıp verildiğinde, aynı

kişinin ilgisini çekip izlendiğinde, verilerin niteliği alanca kabul edilip yorumlanabildiğinde ve her şeyden önemlisi bu bilgiler, kişinin yaşamında uygulama alanı bulabildiğinde, bu araçlar ile verilerin sorunları çözümlene de yardım edici olmasından söz edilebilir (Aziz, 1975).

Medyanın etkisinden bahseden Warren, film ve televizyonca oluşturulmuş olan hayat izlenimlerinin önemini vurgulamaktadır. Film ve televizyonda olan hikâyeler dikkate değer etkiye sahiptir. İnsanlar bu hikâyeleri genel olarak görürler ama onları nasıl gördüklerini düşünemezler. Ergenlik dönemi yaşlarında gençler kendilerine uyanları, sunulanlar içerisinden alıp denemeye giderler. Bu sunulanlar gençler için önemlidir. Çünkü bunlar onların olmak istedikleri kişiyi, geleceklerinin nasıl olacağını ve bunu paylaşacakları kişiyi resmetmeye çalışırlar; yani film ve televizyon'un sunduğu kahramanlar özellikle çocuklar için ruhsal yapıyı etkileyecek güce sahiptir (Rossiter, 1999).

Kitle iletişim araçları üzerine araştırmalarıyla tanınmış Wilbur Schramm, ise kitle iletişim araçlarının, bazen sınıf öğretmeni kadar, bazen de ondan daha başarılı olduklarını belirtmektedir (Tezcan, 1994).

Neil Postman ise bir kültür sözlü iletişimden yazıya, basılı yayınlardan televizyon yayınlarına kaydıkça, o kültürün hakikatle ilgili fikirlerinin de değişeceğinden bahsetmektedir (Postman, çev. Akınhay, 2004).

Tıp alanında bilgisayar kullanımı hakkında bir blog tutan Bruce Friedman şu görüşlere yer vermektedir: “Uzun bir makaleyi ister internette yer alsın isterse de basılı halde bulunsun, okuma ve özümseme yeteneğimi neredeyse kaybettim.” (Carr, çev. Kapaklıkaya, 2011:19). Görüldüğü gibi kitle iletişim araçlarının, eğitim sürecindeki etkisi yadsınamaz bir gerçek olarak karşımıza çıkmaktadır.

### **2.5.1. Okul ve Medya İlişkisi**

Çevresinde olup biteni öğrenme isteği ya da merak duygusu insanoğlunun en belirgin özelliklerinden birisidir. İnsan çevreden yalıtılmış, bağımsız kişilik olmadığı için günlük yaşamında sürekli bir şeyler aracılığıyla birileriyle iletişim halindedir. İlişki ve iletişim insan için bir ihtiyaçtan öte zorunluluktur (<http://www.belgeler.com/blg/2b9t/medya-ve-ruh-salii-nabiz-dergisi>). “Ergun’a göre ise insanların topluluk içinde yaşaması biyolojik ve psikolojik bir zorunluluk olarak ortaya çıkmaktadır.” (Ergun, 1994:23).

Oskay, insan kültürünü oluştururken bir başına değil, diğer insanlarla birlikte etkinlik göstereceğini ifade etmektedir (Oskay, 2000). İnsanların bir araya gelerek oluşturduğu Sosyal-kültürel şahsiyet ise kişinin içinde yaşadığı sosyal ve kültürel ortamın beklentilerine cevap vermek ve onun içinde verimli çalışabilmek için ona uygun motivasyon, düşünce, duygu ve davranış şekillerini öğrenmektir. Bu şahsiyet kişinin ferdiyetinin psikolojik ve fizyolojik tabiatı ile sosyal grup, kurum ve oluşumların kaynaşmasından meydana gelir (Ergun, 1994). Bu kurumların başında ise okullar gelmektedir.

“Okullar verilen eğitim düzeyine niteliğine göre anaokulu, ilkokul, lise, meslek okulu ve üniversite gibi çeşitli biçimde adlandırılmaktadır. Bu okulların her birinin kendine özgü amaçları programları ve değerlendirme yöntemleri olmakla beraber hepsinde bir amaçlılık söz konusudur. Her okul kendi amaçlarını gerçekleştirmek için gerekli davranışları seçerek, öğretme yaşantıları ortaya koyarak bu yaşantıları öğrencilerin gereksinim ve gelişim düzeyine göre ayarlayarak planlı bir öğrenim ortamı düzenler. Bu amaçları sağlayan eğitim programı, öğretmen-öğrenci, yönetici, araç ve gereçler temel öğelerdir.” (Güler, 1990:41).

Okul sistemleri, toplumsal bütünleşmenin ve kaynaşmanın bir aracıdır. Öğrencilere toplumsal kurallar, değerler ve sosyal rollerin örnek yorumlamaları sistemli olarak burada öğretilir (Ergun, 1994).

Eğitim sosyologlarından Waller, okulu üyeler arasında sıkı, birbirine bağlı bir toplumsal ilişkiler şebekesi olarak ifade etmektedir (Tezcan, 1994).

“J.Dewey’e göre okul, bireyi içinde doğduğu en yakın çevre ile temasa geçirir. Onu topluluktan, toplum yaşamına ulaştırır.” (Tezcan, 1994:246). Yani toplumun kendisi için meydana getirdiği bütün şeyler, onun her bir bireyine okul aracılığıyla kazandırılır (Dewey, çev. Başman, 2010).

“Okulda karar ve etkisiyle her şeyi kapsayan amaç, çocuğun hayatıdır. Çocuğun olgunlaşmasına yardım için gerekli olan tüm araç ve konular burada toplanır.” (Dewey, çev. Başman, 2010:25). Tezcan ise okulun başta gelen toplumsallaşma işlevi, çocuğu eğitmek ve sosyalleştirmektir. Bu da kültürün temel bilgi ve becerilerini nakletmek olarak belirtmektedir.

“Çocuk açısından sosyalleşme, bir öğrenme sürecidir. Sosyalleşme süreci içerisinde çocuk aile, okul, sosyal çevre ve kitle iletişim araçları aracılığı ile toplumun kendisinden beklediği rol ve beklentileri öğrenir. Sosyologlar sosyalleşmenin genellikle iki aşamada gerçekleştiğinden söz eder. Birincil sosyalleşme, bebeklik ve çocukluğun ilk döneminde gerçekleşir ve bu sosyalleşme süreci birincil grup olan ailede başlar. İkincil sosyalleşme ise, çocukluktan sonraki dönem ile olgunluk döneminde gerçekleşir. Bu aşamada, sosyalleşmenin ilk aracı olan aileden sorumluluğun bir kısmını alır ve bunu okullara, toplumsal gruplara ve iletişim araçlarına devreder. Günümüzde aile ve okulun yanında, kitle iletişim araçları sosyalleşme işlevini yerine getiren en önemli unsurlardır. Bu unsurlardan kitle iletişim araçları ve özellikle televizyon, diğerlerine göre bu süreçte her geçen gün etkisini daha da artırmaktadır.” (Kaya ve Tuna, 2008: 162).

Chomsky ise bu durumla ilgili şu görüşlere yer vermektedir: “Benim geçerli olduğuna inandığım alternatif bir görüşe göre ise medya gerçekten toplumsal bir amaca hizmet etmektedir.” (Chomsky, çev. Yılmaz ve Akınhay, 2002:22).

Medya'nın işlevsel açıdan yalnızca bir iletişim aracı olarak kalmadığını belirten Aslan: “Bunun yanı sıra medya çok önemli bir eğitim aracıdır da. Özellikle de geniş halk kitlelerinin eğitimi açısından çok önemli hizmetler yerine getirebilir. Bir başka anlatımla medya, çok etkin bir sosyalizasyon (toplumsallaştırma) aracıdır. Genel anlamıyla sosyalizasyon süreci, toplumun mevcut değer ve normlarının bireylere öğretilmesi süreci olarak tanımlanabilir. Bir başka anlatımla sosyalizasyon bir öğrenme sürecidir. Bu süreç içinde bireyler hangi durumlarda nasıl davranacaklarını öğrenirler. Yine bu süreç içinde bireyler, sahip oldukları ya da toplum tarafından kendilerine verilen rollerin ve bunların sonucu olarak sahip olunan statülerin gerektirdiği davranış biçimlerini, toplumun ve öteki bireylerin kendilerinden beklentilerini öğrenirler.” (<http://www.insanbilimleri.com/ojs/index.php/uib/article/view/162>).

Ergun, günümüzde bilginin yapısının değiştiğini, bilginin hareketsiz bir katı madde olduğu görüşünün zamanımızın ruhu ile açıklanamayacağını ve bilginin artık hareketsiz bir katı madde olmayıp, akıcı ve hareketli bir sıvı olduğunu, toplumun bütün olayları içerisinde bizzat hareket halinde bulunduğunu belirtmektedir (Ergun, 1994). Önemli bir toplumsallaşma görevini üstlenen okulların, çok hızlı bir şekilde değişen

kitle iletişim araçlarıyla diğer bir ifade ile medya ile önemli etkileşim içerisinde olduğunu söylemek zor olmasa gerek.

### **2.5.2. Medyanın Öğrenci Eğitimi üzerindeki Etkisi**

Toplumsal yapı ve kültür üzerinde artan etkisi nedeniyle medyanın kazandığı hegemonik güç birçok açıdan inceleme konusu olmuştur (Akçalı, 2009) .

“İnsanların yaşamlarının her anında ve her alanında toplumsal değişime yol açan teknolojik yeniliklerle karşı karşıya kalmaları ve bu değişimin sonunda toplumsal, siyasal, kültürel, duygusal, maddi ve manevi olarak etkilenmeleri kaçınılmazdır. Buna karşın günümüz dünyasında bireyin, üstün nitelikli olması hedeflenmektedir. İçine girmek zorunda olduğumuz bilgi toplumunun en önemli unsuru "bilgili insan-nitelikli insan" olduğuna göre, bu insanın yetiştirilmesi stratejik bir önem kazanmıştır.” (Yılmaz, 2007:202).

Yaşam boyunca bilgilenme ve kendini yenileme gereği, zorunlu olarak kişilerin ilgi alanlarının çeşitlenmesine ve yeni öğrenme ortamları aramalarına yol açmaktadır. Öğrenme ortamlarının içine artık kitle iletişim araçlarının da girdiğini belirten Ertürk ve Gül, medyanın izleyiciye ne hakkında düşüneceğini bir model olmanın ötesinde, izleyiciyi empoze etmeye başladığını belirtmişlerdir (Ertürk ve Gül, 2006).

Doğal olarak okulla asla sınırlandırılmayan eğitim, medya tarafından iletilen mesajlarla yeni ortamlara doğru yayılmaktadır. Medyanın verdiği mesajlarla sadece eğitim değil, yaşamın her parçasının nasıl etkilendiği üzerine kapsamlı tartışmalar sürmektedir.

Tarihte insanların dünyanın bir ucundan diğerine ulaşımı ve bir anda iletişim imkânlarının hiç bu kadar kolay olmadığını belirten Baise, Kitle iletişim teknolojileri sayesinde geline boyutu, yirmi yıl önce söylenen “küresel köy” metaforunu bile boşa çıkaracak nitelikte olduğunu söylemektedir. Baise, daha sonra şu görüşlere yer vermektedir: “Nasıl geçen yüzyılı belirleyen tipik teknoloji, otomobille ve tüm dünyayı bir ağ gibi saran asfalt yollarla simgeleşiyorsa, son 30 yıldır dünyayı simgeleyen ise teknoloji, bilgi işlem ve tüm dünyayı saran web ağlarıdır.” (<http://www.egitimbirsen.org.tr/yayinlarimiz/245-egitimbirsen.org.tr-245.pdf>).

Bayrak ise medya etkisini açıklarken şu görüşlere yer vermektedir: “Medya, haberler ve diğer güncel olaylarla dünyadaki olup bitenler hakkında hemen o anda yargı

oluşturma gücüne ve bununla birlikte değer, içerik ve geri plan ile de uzun vadeli olarak bireyleri ve toplumları belirli bir fikir etrafında birleştirme potansiyeline de sahiptir.” (Bayrak, 2010:2).

Kitle iletişim araçlarının özellikle de televizyonun çocuklar üzerinde etkisi, iletişim ve iletişimle interdisipliner bağlantısı olan alanlarda önemli bir tartışma konusudur. 20. yüzyılın ortalarında, çocukların yetişmesinde ve sosyalleşmesinde büyük etkisi olan aile, okul, din, çevre gibi sosyal yapıların önüne geçen televizyon, çocuklar üzerinde son derece etkili bir kitle iletişim aracıdır. Bu araç, çocuğun dünyasına doğumuyla birlikte bütün diğer kurumları dışlayarak keyif verici, eğlendirici ve çekici yöntemlerle sokulmuş ve çocuğu kendine bağlamıştır. Boş zamanının önemli bir bölümünü televizyon karşısında geçiren çocuk, okuma alışkanlığını yitirmekte ve fazla kafa yormadan her türlü görsel yaratıcılık örnekleriyle kendisini kuşatan ekran karşısında yaratıcı zekâsını işletme olanağından da mahrum edilmektedir (Tekinalp, 2003).

Bu durumu Postman şu şekilde ifade etmektedir: “Televizyon okuma-yazma kültürünü genişletmez ve pekiştirmez; tersine, okuma-yazma kültürüne saldırır.” (Postman, çev. Akınhay, 2004:98).

Büyükbaykal, toplumun en küçük bireyleri olan çocukların da, günümüzün en yaygın ve etkin kitle iletişim aracı olan televizyondan etkilendiğini, çocukların yaşına, gelişimine, ailesel ve çevresel faktörlerine, izledikleri program içeriklerine bağlı olarak televizyondan etkilenme düzeylerinin farklılaştığını söylemektedir. Özellikle görüntü niteliğinden ötürü televizyon yayınları, çocukların tutum ve davranışlarına, yayınların içeriğine bağlı olarak, olumlu ve olumsuz olarak etki etmektedir (Aziz, 2006).

İnsanların çoğu yazılı basın için günde 15 dakika bile ayırmıyor iken televizyon karşısında haftada 25-26 saatini geçirmektedir. Televizyon önceki çağların iletişim araçlarına göre daha çok sayıda alıcı veya hedef kitleye ulaşmaktadır. İnternetin yaygınlaşması ve internet aracılığıyla da sosyal paylaşım siteleri (Facebook ve Twitter) sonrasında kişiler aynı ortamda bulunmadan ve yüz yüze gelmeden interaktif hale dönüşmüştür.

Alanında başarılı uzman psikologlardan Sıtkı Karaca, başta televizyon olmak üzere medyadaki teknolojik gelişmelerin bireyleri yaşadığı toplumdaki koparak kendi

dünyasına hapsetmek suretiyle toplum sağlığını ve psikolojisini tehdit eder hale getirdiğini belirtmiştir. Televizyon izleyicisi ya da internet kullanıcısı küçük bir mekân ya da ortam içerisinde günlük hayatta karşılaşamayacağı kadar çok insanla görüşme imkânı yani toplumsallaşma elde etmektedir. Ancak bu sanal toplumsallaşma kişinin aynı odada sıkışıp kalmasına ve yalnızlaşmasına yol açmak suretiyle de kişinin gerçek toplumsallığının önüne geçmektedir (<http://www.belgeler.com/blg/2b9t/medya-ve-ruh-salii-nabiz-dergisi>).

“Film/televizyon, sunduğu kahramanlarla özellikle çocuklar için ruhsal yapıyı etkileyecek güce sahiptir. Örneğin kahramanlar bir şekilde canlı, çoğunlukla da ölümsüz kalıyorken pek çok “küçük” yani önemsiz kişi filmlerde öldürülürler. Bu görüntüler kendi benliğinin önemini ve ben merkezli bakış açısını güçlendirmektedir. Başkalarının ne olduğu çok da önemli değildir.” (Rossiter, 1999:209).

Gül ve Ertürk ise televizyonun etkilerini şu şekilde açıklamışlardır: “Televizyonun dil gelişimini arttırdığı inancı yaygın olsa da çok fazla televizyon izleyen çocukların karmaşık cümle yapılarını öğrenmekte sorun yaşadıkları, televizyondan sadece basit kalıpları öğrendikleri yönünde bulgular bulunmaktadır. Az televizyon seyreden çocuklardan televizyonda izledikleri programın konusunu anlatmaları istendiğinde uzun süre seyredenlere göre daha uzun cümleler ve öykülerle anlatımlarını tamamladıkları bulunmuştur.” (Ertürk ve Gül, 2006:25).

Televizyonun erken yaşlarda aşırı miktarda izlenmesinin en önemli zarar verici işlevlerinden biri de dikkat süresi ve seçiciliği üzerine verdiği fiziksel zararlardır. Özellikle bebeklik döneminde gelişmekte olan beyin henüz bir yetişkinin beyinsel işlevlerini gerçekleştirememektedir. Bu nedenle erken çocukluk dönemi beyin gelişimi açısından çok önemlidir. Televizyon izleme sonucunda bebeğin etkili bağlantılar kurmasını sağlayan fiziksel beyin gelişimi etkilenerek, dikkatin sürekliliği üzerinde bozucu etkiler oluşturması söz konusudur. Çocuklar için iki boyutlu sanal dünyaya bakmaları üç boyutlu gerçek dünyayı, yaşamı algılamalarından daha kolaydır. Televizyondaki akan görüntüler beyin işlevlerinin erken uyarılmasına bu da çocuğun inşa ettiği üç boyutlu algı sisteminin bozularak dikkat dağınıklığı oluşmasına zemin hazırlamaktadır.

Televizyon pasif tek yönlü iletişime dayalı bir araçtır. Çocuğun beyin fonksiyonlarını değiştirerek sağlıklı gelişimine engel olur. Çocuğun dikkatini



yoğunlaştırabilmesi üzerine etki eder. Be nedenle televizyon izleme alışkanlıklarının kontrol edilmesi çocuğun fizyolojik beyin gelişimi için çok önemlidir (<http://www.belgeler.com/blg/2b9t/medya-ve-ruh-salii-nabiz-dergisi>).

Ertürk ve Gül televizyonun çocukların ahlak değerlerini de etkilediğini belirterek şu görüşlere yer vermektedir: “Çocuğun ahlak değerlerinin oluşumu toplumsal ve kişisel değerlerinden etkilenir ve yaşadığı toplumun kültürel yapısına çevrenin inanç sistemine aile içi iletişimine kurduğu özdeşim modellerine ve rollerine bağlı olarak toplumsal değerlerden etkilenmesi beklenir. Ahlaki değerlerin oluşmasında yargılama yetisi gibi kişisel değerlerinde önemli bir yer tuttuğu görülmektedir. Yargılama (muhakeme) kapasitesi; zeka durumu olabilecek sonucu önceden tahmin etme becerisi dürtülerini ve özellikle saldırgan hayallerini denetleyebilmesi başkası ile empati yapabilmesi, benlik saygısı ve özgüven geliştirebilmesi gibi kişisel değişkenler ahlak gelişimi sürecinde etkilidir. Bu nedenle ahlak gelişimi sürecine etki edecek en önemli araçlardan birinin de günümüzde televizyon gelmektedir.” (Ertürk ve Gül, 2006:36).

“Postman, televizyonla ilgili en önemli saptamanın, insanların onu izlemeleridir; adına “televizyon” denmesinin nedeni de budur. Ve insanların izledikleri, izlemekten hoşlandıkları şey hareketli resimlerdir; kısa süreli ve durmadan değişen milyonlarca resim. Görsel ilginin gerekliliklerini karşılamak, yani gösterinin değerlerini karşılamak amacıyla fikirlerin içeriğinin geri plana atılması zorunluluğu bu aracın doğasından gelmektedir.” (Postman, çev. Akınhay, 2004:106). Bu nedenle bilgisayar ve televizyonla etkileşim altına giren çocuğun kendi dünyasına ilişkin değerlerinin erozyona uğramaması kaçınılmazdır.

Denizci ise televizyon seyretmenin, bilgisayarı ve interneti kullanmanın fiziksel bir eylemsizlik ve sınırlı bir yüz yüze iletişim olduğunu belirterek şunları söylemektedir: “İnternetin sosyal faydaları insanların güçlü ve zayıf bağlarını ne ölçüde şekillendirdiği ile ilgilidir. Güçlü bağlar sık temas, derin bağlılık ve sorumluluk duyguları, paylaşılan geniş bir anlam içerirken, zayıf bağlar yüzeysel ve kolayca bırakılabilen ilişkilerdir, temas az ve paylaşılan anlam dardır. Zayıf bağlar kişileri bilgiye ve kişinin yakın çevresinde bulunmayan sosyal kaynaklara bağlarken, güçlü sosyal bağlar onları yaşam streslerinden korur. İnsanlar sosyal desteklerini genellikle çok sık temasta oldukları yakın çevrelerinden sağlarlar ve daha büyük destek daha güçlü bağlardan kaynaklanır. Genellikle güçlü kişisel bağlar fiziksel yakınlıkla beslenir.

İnternet, potansiyel olarak, güçlü sosyal bağlar yaratma ve sürdürme konusunda fiziksel yakınlığın önemini azaltmaktadır. Yüz yüze etkileşimden farklı olarak internet kişiler arasında fiziksel yakınlığa dayanmayan bir sosyal etkileşimi neden olmaktadır. Bu durum sosyal bağı güçlü olmayan öğrenciler ortaya çıkarmaktadır.” (Denizci, 2009:56).

“Televizyon ve internet önünde geçirilen her saat, çocukta %10 ilgi ve odaklanma kaybına yol açıyor. Bunun nedeni gelişmekte olan çok taze bir beynin doğal olmayan bir düzeyde uyarılması. Çocuk daha sonraki okul yaşamında ödevlerin, derslerin yavaş temposundan çok çabuk sıkılıyor, dikkati çabucak dağılıveriyor, hatta sürekli huzursuzluk yaşıyor ve kafası kolayca karışıyor. Okumak gibi konsantrasyon gereken bir eylemin yerini televizyonun alması ise bu sorunu katmerleştiriyor. Pek çok araştırmacıya göre bu sorunun kronikleşmesi sadece 10 yıl öncesine dayanıyor. Özellikle Amerika’da ortalama bir çocuk yılda 1023 saatini televizyon izleyerek geçiriyor. Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde de çocukların ekran önünde geçirdikleri süre hızla artıyor” (<http://www.tedbursa.k12.tr/data/pdf/rehberlik/dokumanlar/9.pdf>).

İlköğretim çağındaki çocukların televizyon izleme alışkanlıkları üzerine yapılan bir araştırmada ise; ailelerin verdiği kanaat cümlelerinde “Geç uyuyorlar” ifadesine katılma düzeyi % 80.8; “Yeterince kitap okuyamıyorlar” ifadesine katılma düzeyi % 81.6; “Çevre ile etkileşimleri azalıyor” ifadesine katılma düzeyi % 75.3; “Yayınlarda yer alan bazı kahramanlar gibi davranıyorlar” ifadesine katılma düzeyi % 75’tir. Kanaat cümlelerine katılım oranları incelendiğinde, ankete katılan deneklerin % 80 oranından fazla olarak “geç uyuma ve yeterince kitap okuyamama” ifadelerine vurgu yaptıkları gözlenmektedir.

Hafta içi televizyon izleme saatleri incelendiğinde % 70,9 ile “18.01-21.00”, % 63,3 ile “21.01-24.00” saat dilimlerinin öne çıktığı Hafta içi günlük ortalama televizyon izleme sürelerine bakıldığında, % 20,5 ile “3saat”, % 17,2 ile “2 saat” ve % 16,4 ile “4 saat” dilimlerinin öne çıktığı, % 4,5 oranında “10 saat ve üzeri” sürede televizyon izlendiği görülmektedir ([http://medyaokuryazarligi.org.tr/arastirma\\_moy.html](http://medyaokuryazarligi.org.tr/arastirma_moy.html)). Medyanın etkisinin yanında, çocukların, gençlerin medya ile etkileşimi de hesaba katıldığında, medya eğitiminin, eğitim sürecinde kesinlikle ele alınması gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

### 2.5.3. Medya Okuryazarlığı

“İnsanlığın teknoloji üzerindeki denetim gücünü giderek kaybetmesi önemli sorunlara yol açmaktadır. Özellikle gelişen teknoloji ile elektronik medya, kullandığı olağanüstü teknik ve kanallarla çocuklar ve yetişkinleri kendine çekmekte, maruz kalınan enformasyon bombardımanı altında kalan çocuklar, kendilerine sunulan malzemeyi süzmeden olduğu gibi almaktadırlar.” (Treske, 2006:10). Bu durum istenmeyen sonuçları beraberinde getirmektedir.

Teknolojinin sunduğu yaşam biçimlerini çocuğun doğasına aykırı koşulları oluşturarak çocuklarda problem davranışlarına neden olduğunu belirten Bakıcı ve Öncü: “Çocuklar yaparak, yaşayarak deneyerek öğrenirler, üretken ve üretici olurlar. Günümüzde çocuklara nasıl öğretiriz? Anlayışı yerini çocuğun değişim doğasına cevap veren çocuklar nasıl öğrenir anlayışına bırakmıştır. Çünkü artık çok bilgi edinmek yerine, öğrenilenlerin nasıl kullanılacağı önem kazanmaktadır. Bu noktada öğrenme ve öğrenen merkezli eğitim geçerliliğini her gün arttırmaktadır. Öğrenen merkezli eğitim anlayışı kitle iletişim araçlarının özellikle de televizyonun geçerliliğini acil olarak tartışılmaya değer bir konu olarak karşımıza çıkarmıştır.” (Bakıcı ve Öncü, 2009:43). Öyle ki bu konuyla ilgili olarak çalışan bilim insanları bile hiç de haksız olmayan bir tutumla medyanın faydalı bir araç olduğu yönündeki anlayışı bir kenara bırakmış ve araştırmalarını önemli ölçüde medyanın etkinliği üzerinde yoğunlaştırmışlardır.

Gerçekten de günümüz toplumlarında kitle iletişimin yoğunlaşmasına karşın, bağımlı konumdaki insanların toplumsal yaşamlarına ilişkin sorunlar üzerinde bilgilenebilmeleri güçleşmektedir. Nasıl yaşadıklarını ve bugün elde ettikleri materyal refaha oranla, toplumsal formasyonun kendisini sürdürebilmesi için gerçekleştirilmeyen potansiyelliklerin, insanı yoksun kıldığı daha insanca bir hayat yaşama olanağının ne denli önemli bir kayıp olduğunu fark edememeleri çağımız için önemli bir sorundur. Örneğin en çağdaş kitle iletişim aracı olan televizyon tarihi olayları işlerken tarihi yemekte, tüketmekte, çarpıtmakta, yeniden-kurgulamakta, gönlünün istediğince değiştirmekte ve tarih televizyonun karşısında kendini savunamaz duruma düşmüş bulunmaktadır. Bu olup bitenlerin kuşkusuz kurbanı insan olmaktadır (Oskay, 2000).

İletişim çağında gittikçe iletişimsizleşen kitlelerin medya bağımlılığının kendi aleyhlerine kullanılmasının önünü kesmek ve etrafında olup bitenlere karşı farkındalık yaratmak için dünyada medya okuryazarlığı eğitim seferberliği başlatılmıştır.

“Medya okuryazarlığı kavramı, bir ayağını medyanın bir ayağını da eğitimin oluşturduğu bir kavramdır.” (Çetinkaya, 2008:14).

“Türkçede medya okuryazarlığı sözcüğünün gösteren düzlemindeki anlamı medya biçimlerinin kitap, gazete gibi okunması araçları olduğu sanıdır. İngilizce karşılığı literacy olan sözcüğün kökenine bakıldığında Latince eğitim görmüş, öğrenmiş, harfleri bilen anlamına gelen lit(t)eratus kökünden gelen, litetacy sözcüğünden geldiği görülmektedir.” <http://www.etymonline.com>. “Türkçede bu sözcük okuryazarlık yetkinlik olarak karşılık bulmaktadır. Türkçede okuryazarlık kavramı, okuyup yazabilme, kendini yazarak ifade edebilme, Türkçe harflerle yazılı materyali okuyabilme becerisine sahip olmak olarak açıklanabilir. Medya ile birlikte ifade edildiğinde okuryazarlık medya sözcüğünden dolayı dolayım kazanmakta, beceri ötesi bir bilgi birikimi ve farkındalık gerektiren bir konum arz etmektedir.” (Taşkiran,2007:89).

“Medya okuryazarlığı, yazılı ve yazılı olmayan farklı formatlardaki (televizyon, video, sinema, reklamlar, internet vs.) iletilere erişim, onları çözümleme, değerlendirme ve iletme yeteneği olarak tanımlanmaktadır. Center for Media Literacy'nin (Medya Okuryazarlığı Merkezi) kurucusu ve Başkanı Elizabeth Thoman; Medya okuryazarlığının, öğrencilerin yalnızca gördükleri medya ürününü okumalarını değil, aynı zamanda onu yaratma sürecinde de etkin rol almalarını gerektiren bir hareket olduğunu vurgular.” (İnceoğlu, 2006:4).

Paker ise Medya okuryazarlığını insanların içinde yaşadığı mesaj dünyasının alt kodlarını anlamalarını, onlar hakkında aktif şekilde değerlendirme ve eleştiri yapmak suretiyle kişisel yargılar geliştirebilmelerini ve yeni mesajlar oluşturmalarını mümkün kılacak bir beceriye işaret etmektedir (Paker, 2009) şeklinde tanımlamaktadır.

Taşkıran'a göre Medya okuryazarlığı insanları izledikleri, ne anladıkları ve okudukları ile ilgili sorular sormaya yönelen soruşturma temelli bir eğitim modelidir. Medya eğitimi ise medya okuryazarlığını geliştirme aracıdır (Taşkiran, 2007).

Medya okuryazarlığı terimi İngilizce “media literacy” sözcüğünden dilimize çevrilmiştir. Bu kavram, yazılı ve yazılı olmayan, büyük çeşitlilik gösteren formatlardaki mesajlara ulaşma, bunları çözümüleme, değerlendirme ve iletme yeteneği olarak tanımlanmaktadır. Tanımdan da anlaşılacağı gibi medya okuryazarlığı birden çok fonksiyonu içermektedir. Medya okuryazarlığına bu açıdan bakıldığında kavramın; bir yandan medya oluşturarak iletme, diğer yandan da iletilen medya unsurlarını alırken çözümleyebilme becerisini içerdiği görülmektedir.

Günümüzde medya okuryazarlığı dendiğinde; bu iki içerikten daha çok medyayı çözümleyebilme becerisi üzerinde durulmaktadır. Çünkü medya; gazete, kitap, dergi, televizyon, video, sinema, internet, cep telefonu gibi birçok aracı içermektedir. Bu araçların da günümüzde yaygınlığı herkes tarafından kabul edilmektedir. Diğer yandan bu araçların kişi ve toplumlar üzerinde etkinliğinin boyutu konusu da tartışılmaktadır. Yani esas sorun, medyada verilen mesajların kişi ve toplumları hangi ölçüde etkilediği, mesajların alıcılar tarafından hangi düzeyde algılandığı ve çözümlemeye ya da eleştirel bir bakışa tâbi tutulup tutulmadığı sorundur (<http://www.medyaokuryazarligi.org.tr/nedir.html>).

Medya Eğitimi'nin tarihine baktığımızda, 1970'li yıllardan sonra geliştiği görülmektedir. Örneğin:

- Fransa'da Milli Eğitim Bakanlığı önce 1979 ve 1984 yıllarında “Görsel İşitsel İletişime Girişim” adlı iki proje oluşturdu, sonra da 1983'te medya örgütleriyle işbirliği yaparak Eğitimde İletişim Araçları arasında Bağlantı Merkezi'ni kurdu.
- İspanya'da Eğitim Bakanlığı ile gazete yöneticileri 1985'te Prensa-Escuela adlı bir program oluşturdular.
- Avusturya'da ilk ve orta öğretim programlarında medyanın yer alması için 1983'te bir karar alındı.
- İsviçre'de bütün kantonlar da medyanın eğitimi programlarında yer alması için kararlar alındı. Bu yöntem zaten 1967'den beri Lozan'da uygulanıyordu. Zürih'te Pestalozzi programı içinde ve Fribug'ta da Medyaya giriş programında bu konu ele alındı.
- Belçika'da 1970'li yılların başında birçok okulda uygulanmasına başlanan Medya Eğitimi 1990'da resmileşti.

- İngiltere’de ve Galler Ülkesi’nde bu program 1988’de oluşturuldu.
- İskandinav ülkelerinde de bu programın yıllardan beri başarıyla uygulandığı biliniyor.
- ABD’de medya eğitimi 1932’de New York Times’in girişimiyle başlatıldı. İlk başlarda 17 bin okulda çeşitli gazeteler gönderiliyor, 48 bin öğretmen bu programın uygulanmasında görev alıyor ve 350 basın kuruluşu da programa destek veriyordu.
- Kanada’da buna benzer uygulamalar yapıldı.
- Japonya’da, Latin Amerika ülkelerinde de medya eğitimi konusu ele alındı ve geliştirildi.
- İtalya’da da bu konu 70’li yıllarda başlatıldı. İlk olarak 500 okulda haftada iki saatlik uygulamalarla yapıldı. Gazete sahipleri bu programa çok önem vererek okullara ücretsiz gazete gönderdiler. Bu yıl da büyük yayınevlerinden biri bu projeye sahip çıkararak programın boyutlarını genişletti. (Topuz, 2006:3).

Ülkemizde ise 2004-2006 yılları arasında çeşitli ülkelerdeki programlar ve çalışmaların neticeleri araştırılıp incelenmiştir. 2006 yılında Radyo ve Televizyon Üst Kurulu tarafından gerçekleştirilen “İlköğretim Çağındaki Çocukların Televizyon izleme Alışkanlıkları Kamuoyu Arastırması 3”, öğrencilerin günde üç saate yakın televizyon izlediklerini göstermiştir. Aynı araştırma öğrencilerin İnternet kullanma ve radyo dinleme alışkanlıkları hakkında da önemli bulgular ortaya koymuş ve Medya Okuryazarlığı dersinin ne kadar gerekli olduğu açıkça görülmüştür.

24 Kasım 2006 tarihinde Ankara’da Uluslararası Medya Okuryazarlığı Paneli düzenlenerek akademisyenlerin ve yabancı ülkelerde görev yapan yetkililerin görüşleri ve deneyimleri paylaşılmıştır. Ayrıca Radyo ve Televizyon Üst Kurulu’nun temsil edildiği, Üst Kurul yöneticilerinin katıldığı bütün kamuoyuna açık toplantılarda medya okuryazarlığı kavramını tanıtan, medya okuryazarlığının gerekliliğini vurgulayan konuşmalar yapılmıştır. Yapılan bu konuşmalar sonucunda öğrencilere bu yeterlilikleri kazandırmak amacıyla müfredata alınmıştır. Medya Okuryazarlığı dersinin 2006-2007 eğitim-öğretim yılında pilot uygulaması yapılmıştır ve 2007-2008 eğitim-öğretim yılından beri de seçmeli ders olarak okutulmaktadır (<http://www.medyaokuryazarligi.org.tr/nedir.html>).

Öğrencilerin medya okuryazarlığına sahip olması Sosyal Bilgiler gibi kimi derslerin amaçlarına ulaşmasına yardımcı olmakla birlikte, aşağıda belirtilen nedenlerden dolayı da gerekli görülmektedir (Center for Media Literacy, 2003):

- Medya, demokratik süreçler üzerinde etkiye sahiptir: Bireyler demokrat bir vatandaş olabilmek için eleştirel düşünme ve kendini ifade etme becerilerine sahip olmalıdır. Medya okuryazarlığı, bu iki becerinin geliştirilmesini destekleyerek bilgiye dayalı karar alabilen, toplum yaşamına katılabilen vatandaşlar yetiştirilmesine katkıda bulunur.
- Yüksek oranda medya tüketimi: Medya okuryazarlığı, bir gün içinde televizyon, radyo, gazete, dergi, ilan panoları, internet gibi birçok medya mesajı ile karşı karşıya kalan bireylerin yoğun mesajları elemesini sağlar.
- Medyanın algıları, inançları ve tutumları etkilemesi: Medya, dünyayı anlama, yorumlama ve davranışlar üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Medya okuryazarlığı eğitimi, bu etkileri anlamayı sağlayarak, bu etkilere olan bağımlılığını azaltır.
- Görsel iletişim ve bilginin öneminin artışı: İlan tahtalarından web sitelerine kadar her yerde görsel imaj yoğunluğu bulunmaktadır. Bu imaja dayalı iletişimi nasıl okuyacağını bilme, öğrencilere kazandırılması gereken önemli bir beceridir.
- Toplumda bilginin öneminin artması ve yaşam boyu öğrenmeye duyulan gereksinim: Medya okuryazarlığı eğitimi, öğretmen ve öğrencilere bilginin kaynağı, alternatif görüşlere sahip olma konusunda yardım eder.

Şunu anlamak önemlidir ki, medya okuryazarlığı çocukları istenmeyen medya mesajlarından korumak değildir. Kimi gruplar ailelerin televizyonu kapatmasının önerirken, medyanın kültür içinde kökleşmiş hale geldiği günümüzde medya kültüründen kaçış olanaksız hale gelmektedir. Medya artık kültürümüzü etkilemeyecektir, çünkü medya kültürümüz olmuştur. Bu sebeple, medya okuryazarlığı öğrencileri bütün medya formlarında yetenekli, eleştirel ve okuryazar olmalarında yardım eder. Böylece, gördükleri ve duyduklarının kendilerini kontrol etmesinden çok, kendileri bunları kontrol ederler.

Çocukların görsel, işitsel ve yazılı medya karşısında savunmasız bir alıcı durumunda buldukları ve medya karşısında bilinçlendirilmeleri gerektiği görülmektedir. Medya okuryazarlığı dersi bu bilinci sağlama görevini üstlenmelidir. İlköğretimden başlayarak çocuklar medya okuryazarlığı dersi sayesinde “Medya karşısında pasif bir alıcı olmak yerine, medyayı okuyabilecek, medyanın dilini çözebilecek bilinç düzeyine ulaşarak iletişim olgusunda aktif bir birey olarak yer alabilecektir” (<http://www.medyaokuryazarligi.org.tr/kaynaklar/MEDYAKitab%C4%B1.doc>).

Yapılan araştırmalar Medya Okuryazarlığı dersine ne kadar ihtiyaç olduğunu açıkça ortaya koymaktadır. Bu amaçla 2011 yılında TÜİK tarafından 6.074 hanede bilgisayar ve internet kullanımıyla ilgili bir araştırma yapılmıştır. Yapılan araştırmada bilgisayarı son üç ay içinde kullananların oranından %60,8’i, interneti son üç ay içerisinde kullananların %59,3’ü her gün/neredeysen her gün kullandıklarını ifade etmişlerdir. Bu durum interneti ve bilgisayarı kullananların aktif kullanıcı olarak sürekli kullandıklarını göstermektedir.

İşgücü durumları itibarıyla internet kullanımına bakıldığında; öğrenci %89,5; Bilgisayar ile ilgili kursa katılma; Hiç katılmadı %69,7, Üç yıldan fazla %12,5, Son üç ay içinde %11,4; İnternet kullanım amaçları; e-posta gönderme alma %72,8, sohbet odaları (facebook, twitter, chat, msn) %64,2, okul, üniversite, mesleki kurslar ile ilgili bilgiler arama %26,4’tür.

“Bilgisayar ve internet kullanımının dışında, mesaj çekmek üzerine yapılan farklı bir araştırmada ise mesaj çekmenin, özellikle gençler için bilgisayarın en yaygın kullanım alanlarından birisi olduğu ortaya konmuştur. 2009 yılından başlayarak, ortalama bir Amerikalı cep telefonu kullanıcısı ayda yaklaşık 400 mesaj göndermekte veya almaktadır. Bu rakam, 2006 yılındakinin dört katıdır. Amerikalı gençler ise inanılmayacak bir biçimde, ayda ortalama 2.272 mesaj göndermekte ya da almaktadır. Dünya çapında her yıl cep telefonlarından iki trilyondan fazla mesaj gönderilmektedir. Bu, cep telefonu görüşme sayısını kat kat aşan bir sayıdır. Microsoft için çalışan bir sosyal bilimci olan Danah Boyd: ‘Sürekli hazır olan mesaj sistemleri ve aygıtlarımız sayesinde, hiçbir zaman gerçek anlamda bağlantı kopukluğu yaşamıyoruz.’ demektedir.” (Carr, çev. Kapaklıkaya, 2012:110).

Televizyon Üst Kurulu’nun (RTÜK) internet sitesindeki verilere göre, medyayı doğru okuyan, yaşadığı çevreye duyarlı, ülkesinin sorunlarını bilen, medya mesajlarını



akıl süzgecinden geçirebilen bilinçli bir kitle oluşturabilmek amacıyla Medya Okuryazarlığı Projesi hayata geçirilmiştir. Medya Okuryazarlığı Projesi'nin amacı, çocukların, medya kurumunun yapısını, işleyişini öğrenmelerini, kurguyu gerçekten ayırarak kurgulanmış içeriği bilinçli bir şekilde değerlendirebilmelerini ve medyayı eleştirel olarak izlemelerini kısaca medya ile ilgili doğru soruları sorup doğru yanıtları bulabilmelerini konusunda onlara gerekli donanımı kazandırmaktır (<http://www.medyaokuryazarligi.org.tr/kaynaklar/medyakitab%C4%B1.doc>).

Bireylerin medyadan gelen mesajları algılayıp, mesajı alma veya almama tercihini yapabilmesi ve eleştirel becerilere sahip sosyal ve katılımcı bir birey olabilmesi için medya okuryazarlığı kavramı öne çıkmaktadır (Kartal, 2001).

Postman, çok ender haller dışında, medyanın müdahalelerini ya da bizi yönlendirmedeki rolünün farkına varamayacağımızı belirterek: “Kitap okuyan, televizyon izleyen ya da saatine bakan birisi, bu olayların kendi zihnini nasıl düzenleyip denetlediğiyle genellikle ilgilenmez.” şeklinde ifade ederek, Medya Okuryazarlığına dikkat çekmiştir (Postman, çev. Akınhay, 2004:334).

Kısaca toparlamak gerekirse, medya okuryazarlığı insanlara çevrelerinde olanları ve kendilerine “gerçek” olarak sunulan bilginin gerçekliğini sorgulama konusunda eleştirel bir bakış açısı kazandırması nedeniyle önemlidir.

### **3. BÖLÜM:**

#### **3.YÖNTEM**

##### **3.1. Araştırma Modeli**

Yapılan bu araştırmada kontrol gruplu ön ve son test deneysel araştırma modeli kullanılmıştır. Her iki grupta da deneysel işlemden önce ve sonra ölçmeler yapılmıştır. Deney grubunu oluşturan 7/B sınıfı öğrencilerine “İletişim ve İnsan İlişkileri” konusu Medya Okuryazarlığı dersi ile birlikte işlenmiştir. Kontrol grubunu oluşturan 7/C sınıfı öğrencilerine ise aynı konu sadece ders kitabından işlenmiştir. Çalışma bizzat araştırmacı tarafından yürütölmüştür.

Deney ve kontrol gruplarının belirlenmesi için öğrencilerin ders not dökümleri incelenmiş ve öğrencilerin medyaya yönelik tutumları ile ilgili anket uygulaması yapılmıştır. Daha sonra bu sınıflar random yoluyla deney ve kontrol grupları olarak atanmıştır.

Yapılan ikinci araştırmada ise Niğde merkezde farklı bölgelerde yer alan beş ortaokulun toplam 101 tane 7.sınıf öğrencisine medya hakkında ve medyayı kullanmalarına yönelik 30 sorudan oluşan bir anket uygulaması yapılmıştır. Öğrenciler belirlenirken öğrencilerin ders notları dikkate alınmıştır. Okulların belirlenmesinde ise Őehir merkezine uzak-yakın olması ve devlet okulu- özel okul olmasına dikkat edilmiştir.

##### **3.2. Evren ve Örneklem**

Öntest-sontest kontrol gruplu çalışmanın evrenini 2011-2012 yılında Niğde ili merkez Özel Sungurbey ortaokulunda okuyan 7.sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. Örneklemi ise 2011-2012 yılında Niğde ili merkez Özel Sungurbey ortaokulu 7/B ve 7/C sınıfı öğrencileri oluşturmaktadır.

Anket çalışmasının evrenini 2011-2012 yılında Niğde ili merkez ve çevresindeki 5 ortaokulun 7. Sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. Örneklemini ise bu okulların 7. Sınıf öğrencileri oluşturmaktadır.

### **3.3. Verilerin Toplanması**

Yapılan ön test-son test çalışmasında, 23 sorudan oluşan bir test uygulaması yapılmıştır. Testin geçerliliği için üç Sosyal Bilgiler öğretmenine sorular gösterilerek, 23 soru belirlenmiştir. İlk olarak öğrencilerin medyaya karşı ilgilerini ortaya koymak için bir test uygulanmıştır. Yapılan bu çalışmadan sonra ön test uygulanmıştır. Ön test uygulandıktan sonra 4 hafta süreyle “İletişim ve İnsan İlişkileri” konusu iki gruba da işlenmiştir. Deney grubuna bu konu işlenirken Medya Okuryazarlığı dersi de işlenmiştir. Her iki gruba da son testler uygulanmış ve sonuçlar alınmıştır. Alınan sonuçlar SPSS programı kullanılarak analizler yapılmıştır.

Ortaya çıkan sonuçlar değerlendirilmiş, sonuç ve önerilere yer verilmiştir.

### **3.4. Ön Test**

Bu çalışmada deney ve kontrol gruplarının “İletişim ve İnsan İlişkileri” konusuyla ilgili ön bilgilerini belirlemek için ön test uygulanmıştır. Ön test kapsamında deney ve kontrol gruplarına 23 sorudan oluşan bir test uygulanmıştır.

### **3.5. Son Test**

Deney ve Kontrol grubundaki öğrencilerin uygulanan yöntem sonucuna bağlı olarak “İletişim ve İnsan İlişkileri” konusundaki başarılarını ölçmek amacıyla ön testte uygulanan soruların aynısı son test olarak verilmiştir. Bulunan sonuçlar SPSS programında incelenmiş ve bulgular kısmına kaydedilmiştir.

### **3.6. Anketin Uygulanması**

Anket çalışmasında öncelikle uygulamaların yapılabilmesi için gerekli izinler alınmıştır. Araştırmanın sağlıklı sonuçlar vermesi için okullar şehrin değişik yerlerinden (merkez, kırsal) ve değişik türden (devlet, özel, eğitimde başarılı...) belirlenmiştir. Sonuçlar SPSS programında analiz edilmiştir.

### **3.7. Verilerin Çözümlemesi**

Araştırmanın niceliksel verilerinin analizi bilgisayar ortamında “SPSS for Windows 11.0” paket Programı yardımıyla yapılmıştır. İstatistiksel çözümlemelere

geçmeden önce gruplar arasındaki değişkenler (Öğrencilerin ders not durumları, kız-erkek oranları) belirlenmiştir. Ayrıca testler uygulanmadan önce öğrencilerin medya kullarımlarına yönelik Anket uygulaması yapılmıştır. Uygulama aşamasında deney grubu üzerinde Medya okuryazarlığı dersinin etkisi gözlenmiştir. Deney ve kontrol gruplarının ön test-son test puanları alınarak karşılaştırmalar yapılmıştır. Ön-test ve son-test sonuçları arasında anlamlı farklılık olup olmadığı t testi ile de test edilmiştir.

Anketlerden alınan verilerin analizinde, bilgisayar ortamında “SPSS for Windows 11.0” paket programı yardımıyla yapılmıştır. Verilen yanıtların dağılımları analiz edilmiştir. Ayrıca verilen yanıtlar arasında anlamlı farklar olup-olmadığı Ki-Kare analize göre hesaplanmıştır. Sorulardan birine verilen yanıtta göre diğer soruya verilen yanıtlar arasında anlamlı farklılık olup olmadığı da ortaya konulmuştur.

## **4. BÖLÜM:**

### **4. BULGULAR VE YORUM**

Araştırmanın bu bölümünde, medya okuryazarlığı eğitimi verilen deney grubu ve medya okuryazarlığı eğitimi verilmeyen kontrol grubuna uygulanan “İletişim ve İnsan İlişkileri” testi ve “Öğrencilerin Medyayı Kullanımlarına Yönelik” anket araştırmasından elde edilen bulgulara ve bunlarla ilgili araştırmacının yorumlarına yer verilmiştir.

Araştırmada ilk olarak deney ve kontrol gruplarındaki öğrencilere ön test ve son test uygulanmıştır. Deneklerin bu testlerden aldıkları puanların aritmetik ortalamaları ve standart sapmaları hesaplanmış, ortalamalar arasındaki fark t testi ile test edilmiştir. Deney ve kontrol gruplarının aldıkları puanlar Tablo 1-2-ve 3’te gösterilmiştir.

**Tablo 1. Deney grubunun ön-test ve son-test sonuçlarına göre doğru yanıtlarının dağılımı**

Soru No		Ön Test	Son Test
1	Doğru Sayısı	17	20
	Yüzde	85	100
2	Doğru Sayısı	17	19
	Yüzde	85	95
3	Doğru Sayısı	17	18
	Yüzde	85	90
4	Doğru Sayısı	15	19
	Yüzde	75	95
5	Doğru Sayısı	18	20
	Yüzde	90	100
6	Doğru Sayısı	17	18
	Yüzde	85	90
7	Doğru Sayısı	19	18
	Yüzde	90	90
8	Doğru Sayısı	15	19
	Yüzde	75	95
9	Doğru Sayısı	14	18
	Yüzde	70	90
10	Doğru Sayısı	18	19
	Yüzde	80	95
11	Doğru Sayısı	16	18
	Yüzde	80	90
12	Doğru Sayısı	17	16
	Yüzde	85	80
13	Doğru Sayısı	18	18
	Yüzde	80	80
14	Doğru Sayısı	15	19
	Yüzde	75	95
15	Doğru Sayısı	16	15
	Yüzde	80	75
16	Doğru Sayısı	14	17
	Yüzde	70	85
17	Doğru Sayısı	17	19
	Yüzde	85	95
18	Doğru Sayısı	13	12
	Yüzde	65	60
19	Doğru Sayısı	17	15
	Yüzde	85	75
20	Doğru Sayısı	12	14
	Yüzde	60	70
21	Doğru Sayısı	15	15
	Yüzde	75	75
22	Doğru Sayısı	14	17
	Yüzde	70	86
23	Doğru Sayısı	14	16
	Yüzde	70	75

Yukarıdaki tabloda ön-test ve son-test sonuçlarına göre doğru yanıtların dağılımı bulunmaktadır. Tabloya bakıldığı zaman 23 sorudan 19'u için son test sonuçlarında artış

gözenmiştir. Ön-test ve son-test sonuçları arasında anlamlı farklılık olup olmadığı aşağıdaki t testi ile test edilmiştir. Yani, ön-test ve son-test sonuçlarına göre doğru cevap sayıları arasında anlamlı farklılık vardır. Öğrencilerin son-test sınavı sonucu vermiş olduğu doğru cevap sayısı ön-test sınavı sonucuna göre anlamlı oranda artmıştır.

**Tablo 2. Kontrol grubunun ön-test ve son-test sonuçlarına göre doğru yanıtlarının dağılımı**

Soru No		Ön Test	Son Test
1	Doğru Sayısı	17	17
	Yüzde	85	85
2	Doğru Sayısı	19	19
	Yüzde	95	95
3	Doğru Sayısı	18	17
	Yüzde	90	85
4	Doğru Sayısı	13	13
	Yüzde	65	65
5	Doğru Sayısı	17	16
	Yüzde	85	80
6	Doğru Sayısı	17	18
	Yüzde	85	90
7	Doğru Sayısı	15	18
	Yüzde	75	90
8	Doğru Sayısı	15	15
	Yüzde	75	75
9	Doğru Sayısı	14	15
	Yüzde	70	75
10	Doğru Sayısı	16	16
	Yüzde	80	80
11	Doğru Sayısı	17	18
	Yüzde	85	85
12	Doğru Sayısı	16	15
	Yüzde	80	75
13	Doğru Sayısı	18	18
	Yüzde	90	90
14	Doğru Sayısı	15	16
	Yüzde	75	80
15	Doğru Sayısı	16	12
	Yüzde	80	60
16	Doğru Sayısı	13	16
	Yüzde	65	80
17	Doğru Sayısı	16	16
	Yüzde	80	80
18	Doğru Sayısı	14	12
	Yüzde	70	60
19	Doğru Sayısı	16	14
	Yüzde	80	70
20	Doğru Sayısı	13	12
	Yüzde	65	60
21	Doğru Sayısı	15	15
	Yüzde	75	75
22	Doğru Sayısı	13	13
	Yüzde	65	65
23	Doğru Sayısı	14	15
	Yüzde	70	70

Yukarıdaki tabloda ön-test ve son-test sonuçlarına göre doğru yanıtların dağılımı bulunmaktadır. Tabloya bakıldığı zaman 23 sorudan 7'si için son test sonuçlarında artış



gözlenmiştir. Ön-test ve son-test sonuçları arasında anlamlı farklılık olup olmadığı aşağıdaki t testi ile test edilmiştir. Yani, ön-test ve son-test sonuçlarına göre doğru cevap sayıları arasında anlamlı farklılık yoktur.

### ÖN TEST – SON TEST KARŞILAŞTIRMASI

**Tablo 3. Ön-test ve son-test sonuçlarına göre doğru yanıtların dağılımı**

Soru No		Ön Test	Son Test
1	Doğru Sayısı	34	37
	Yüzde	89,5	97,4
2	Doğru Sayısı	36	38
	Yüzde	94,7	100,0
3	Doğru Sayısı	35	35
	Yüzde	92,1	92,1
4	Doğru Sayısı	28	32
	Yüzde	73,7	84,2
5	Doğru Sayısı	35	36
	Yüzde	92,1	94,7
6	Doğru Sayısı	34	36
	Yüzde	89,5	94,7
7	Doğru Sayısı	34	36
	Yüzde	89,5	94,7
8	Doğru Sayısı	30	34
	Yüzde	78,9	89,5
9	Doğru Sayısı	28	33
	Yüzde	73,7	86,8
10	Doğru Sayısı	34	35
	Yüzde	89,5	92,1
11	Doğru Sayısı	33	36
	Yüzde	86,8	94,7
12	Doğru Sayısı	33	31
	Yüzde	86,8	81,6
13	Doğru Sayısı	35	36
	Yüzde	92,1	94,7
14	Doğru Sayısı	30	35
	Yüzde	78,9	92,1
15	Doğru Sayısı	22	17
	Yüzde	57,9	44,7
16	Doğru Sayısı	27	33
	Yüzde	71,1	86,8
17	Doğru Sayısı	33	35
	Yüzde	86,8	92,1
18	Doğru Sayısı	17	24
	Yüzde	44,7	63,2
19	Doğru Sayısı	23	29
	Yüzde	60,5	76,3
20	Doğru Sayısı	25	26
	Yüzde	65,8	68,4
21	Doğru Sayısı	30	30
	Yüzde	78,9	78,9
22	Doğru Sayısı	27	30
	Yüzde	71,1	78,9
23	Doğru Sayısı	28	31
	Yüzde	73,7	81,6

Yukarıdaki tabloda ön-test ve son-test sonuçlarına göre doğru yanıtların dağılımı bulunmaktadır. Tabloya bakıldığı zaman 23 sorudan 19’u için son test sonuçlarında artış gözlenmiştir. Ön-test ve son-test sonuçları arasında anlamlı farklılık olup olmadığı aşağıdaki t testi ile test edilmiştir.

**Tablo 4. Ön-test ve son-test sonuçları arasında anlamlı farklılık olup olmadığını gösteren t testi**

Test	Ortalama	Öğrenci Sayısı	Std. Sapma	t	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık (P)
Ön Test	18,18	38	4,747	-2,399	37	0,022
Son Test	19,61	38	2,927			

$H_0$  : Ön-test ve son-test sonuçlarına göre doğru cevap sayıları arasında anlamlı farklılık yoktur.

$H_A$  : Ön-test ve son-test sonuçlarına göre doğru cevap sayıları arasında anlamlı farklılık vardır.

Yukarıdaki tabloya göre ön-test sınavı sonuçlarına göre ortalama doğru cevap sayısı 18,18’dir. Yapılan son-test sınavı sonuçlarına göre bu değer 19,61’e yükselmiştir. %95 güven düzeyinde yapılan t testine göre anlamlılık sütunundaki değer  $p=0,022 < 0,05$  olduğundan  $H_0$  hipotezi red edilir. Yani, ön-test ve son-test sonuçlarına göre doğru cevap sayıları arasında anlamlı farklılık vardır. Öğrencilerin son-test sınavı sonucu vermiş olduğu doğru cevap sayısı ön-test sınavı sonucuna göre anlamlı oranda artmıştır.

Ön-test, son-test kontrol gruplu çalışmada t testi sonuçlarına göre “İletişim ve İnsan İlişkileri” adlı konu anlatılırken Medya Okuryazarlığı dersinin verildiği deney grubunda son test sonuçları, kontrol grubuna göre anlamlı oranda artmıştır. Medya okuryazarlığı dersini alan öğrencilerin iletişimle ilgili soruları daha rahat çözdükleri ortaya konmuştur.

Araştırmada ikinci olarak Anket çalışmasının analizi yapılmıştır. Ankete katılan öğrencilerin cinsiyet dağılımı tablo 5’te gösterilmiştir.

**Tablo 5. Cinsiyet dağılımı**

Cinsiyet	Öğrenci Sayısı	Yüzde
Kız	50	49,5
Erkek	51	50,5
Toplam	101	100,0

Araştırmaya katılan öğrencilerin %49,5'ini kızlar %50,5'ini ise erkekler oluşturmaktadır.

**Tablo 6. Gün içinde en çok yapılan eylemin dağılımı**

Gün içinde en çok hangisini yaparsınız?	Öğrenci Sayısı	Yüzde
Televizyon izlemek	35	34,7
Radyo dinlemek	2	2,0
Cep telefonu kullanmak	4	4,0
İnternet kullanmak	10	9,9
Gazete ve dergi okumak	7	6,9
Bilgisayar oyunu oynamak	9	8,9
Ders çalışmak	34	33,7
Toplam	101	100,0

Öğrencilerin gün içinde en fazla yaptığı eylem televizyon izlemek ve ders çalışmak olmaktadır. Öğrencilerin %34,7'sinin gün içinde en fazla yaptığı eylem televizyon izlemek olurken %33,7'sinin ders çalışmak, %9,9'unun internet kullanmak, %8,9'unun bilgisayar oyunu oynamak, %6,9'unun gazete ve dergi okumak, %4'ünün cep telefonu kullanmak ve %2'sinin de radyo dinlemek gün içinde en fazla yaptığı eylem olmuştur.

**Tablo 7. Öğrencilere göre gençler üzerinde en çok etkili olan unsurun dağılımı**

Sizce gençler üzerinde en çok hangisi etkilidir?	Öğrenci Sayısı	Yüzde
Aile	58	58,0
Okul	28	28,0
Medya	14	14,0
Toplam	100	100,0

Öğrencilerin %58'ine göre aile gençler üzerinde en etkili unsurdur. Okul %28 ile ikinci en önemli unsur iken medya %14 ile üçüncü en önemli unsur olmuştur.

**Tablo 8. Medyanın, tutum ve davranışlar üzerinde etkili olduğuna inanma eğiliminin dağılımı**

<b>Medyanın, tutum ve davranışlar üzerinde etkili olduğuna inanıyor musunuz?</b>	<b>Öğrenci Sayısı</b>	<b>Yüzde</b>
Çok etkili	32	31,7
Biraz etkili	60	59,4
Etkili değil	5	5,0
Hiç etkili değil	4	4,0
Toplam	101	100,0

Öğrencilerin %31,7'si medyanın tutum ve davranışlar üzerinde çok etkili olduğu düşünülmektedir. Öğrencilerin %59,4'ü medyanın tutum ve davranışlar üzerinde biraz etkili olduğunu düşünürken %5'i etkili olmadığını ve %4'ü de hiç etkili olmadığını düşünmektedir.

**Tablo 9. Öğrencilerin aile, okul ve çevresinden öğrendikleri ile medyadan öğrendikleri arasında çelişkiler ve farklılıklar olma durumunu değerlendirmesi**

<b>Farklılıklar oluyor mu?</b>	<b>Öğrenci Sayısı</b>	<b>Yüzde</b>
Çok fazla oluyor	21	20,8
Ara sıra oluyor	73	72,3
Hiç olmuyor	7	6,9
Toplam	101	100,0

Öğrencilerin %20,8'sine göre aile, okul ve çevresinden öğrendikleri ile medyadan öğrendikleri arasında çok fazla çelişki ve farklılık olmaktadır. Öğrencilerin %72,3'üne göre bu farklılık ve çelişkiler ara sıra olurken %6,9'una göre hiç olmamaktadır.

**Tablo 10. İletişim araçlarına güvenme durumunun dağılımı**

<b>İletişim araçlarından hangisine daha çok güveniyorsunuz?</b>	<b>Öğrenci Sayısı</b>	<b>Yüzde</b>
İnternet	44	43,6
Gazete	15	14,9
Televizyon	15	14,9
Kitap ve dergi	27	26,7
Toplam	101	100,0

Öğrencilerin %43,6'sı iletişim araçlarından internete daha çok güvenmektedir. %26,7'si kitap ve dergileri daha güvenilir bulurken %14,9'u gazeteleri ve %14,9'u da televizyonu daha güvenilir iletişim aracı olarak görmektedir.

**Tablo 11. En fazla kullanılan kitle iletişim araçlarının dağılımı**

Hangi kitle iletişim aracını daha fazla kullanıyorsunuz?	Öğrenci Sayısı	Yüzde
İnternet	40	40,4
Gazete	5	5,1
Radyo	4	4,0
Televizyon	40	40,4
Kitap ve dergi	10	10,1
Toplam	99	100,0

Öğrencilerin en çok kullandığı kitle iletişim aracı %40,4 ile internet ve yine %40,4 ile televizyon olmuştur. Öğrencilerin %10,1'i kitap ve dergileri en fazla tercih ederken %5,1'i gazete ve %4'ü radyoyu tercih etmektedir.

**Tablo 12. Günlük olarak, kitle iletişim araçlarının kullanım sıklığının dağılımı**

Günlük olarak, kitle iletişim araçlarını kullanım sıklığı	Öğrenci Sayısı	Yüzde
En fazla 1 saat	37	37,4
2-4 saat	56	56,6
5 saat ve üzeri	6	6,0
Toplam	99	100,0

Öğrencilerin %37,4'ü günde en fazla 1 saat kitle iletişim araçlarını kullanmaktadır. %56,6'lık kesim günde 2-4 saat arası kitle iletişim araçlarını kullanırken %6'sı 5 saat üzeri kullanmaktadır.

**Tablo 13. Öğrencilerin evinizde bilgisayar olma durumunun dağılımı**

Evinizde bilgisayar var mı?	Öğrenci Sayısı	Yüzde
Evet	62	62,6
Hayır	37	37,4
Toplam	99	100,0

Öğrencilerin %62,6'sının evinde bilgisayar varken %37,4'ünün evinde bilgisayar yoktur.

**Tablo 14. Öğrencilerin evinizde internet olma durumunun dağılımı**

Evinizde internet var mı?	Öğrenci Sayısı	Yüzde
Evet	46	46,9
Hayır	52	53,1
Toplam	98	100,0

Öğrencilerin %46,9'unu evinde internet varken %53,1'inin evinde internet bulunmamaktadır.

**Tablo 15. İnternete ulaşma durumunun dağılımı**

İnternete nasıl ulaşıyorsunuz?	Öğrenci Sayısı	Yüzde
Kablolu ve kablosuz ağ bağlantıları	43	47,3
Cep telefonu	9	9,9
Winn	9	9,9
Cafee	30	33,0
Toplam	91	100,0

Öğrencilerin %47,3'ü kablolu ve kablosuz ağ bağlantıları ile internete erişirken %9,9'u cep telefonu ile %9,9'u winn hizmeti ile internet erişimini sağlamaktadır. Öğrencilerin %33'ü ise internet hizmeti alabilmek için internet cafeleri kullanmaktadır.

**Tablo 16. İnternet kullanımında sınırlama durumunun dağılımı**

İnternet kullanımınızda herhangi bir sınırlamanız var mı?	Öğrenci Sayısı	Yüzde
Evet	60	64,5
Hayır	33	35,5
Toplam	93	100,0

Öğrencilerin %35,5'inin internet kullanımında herhangi bir sınırlama yokken %64,5'inin internet kullanımında sınırlamalar vardır.

**Tablo 17. Cevabımız evet ise bu aşağıdakilerden hangisidir?**

Cevabımız evet ise bu aşağıdakilerden hangisidir?	Yüzde
Belirli zaman dilimlerinde girebilirim	51,9
Ödevlerimi tamamladığım takdirde girebilirim	48,1
Toplam	100,0

Sınırlı olarak internet kullanan öğrencilerin %51,9'u belirli zaman dilimlerinde internete girebildiğini belirtirken %48,1'i de ödevlerinin tamamladığı takdirde internete girebildiğini belirtmiştir.

**Tablo 18. İnternette karşılaşılan herhangi bir bilgi (olumlu-olumsuz) hakkında yapılan eylemin dağılımı**

<b>İnternette karşılaştığınız herhangi bir bilgi (olumlu-olumsuz) hakkında ne yaparsınız?</b>	<b>Öğrenci Sayısı</b>	<b>Yüzde</b>
Web sayfasına e-mail atarım	8	9,2
Web sayfası hakkında arkadaşlarıma e-mail atarım	10	11,5
Web sayfası hakkında forumlarda tartışırım	14	16,1
Web sayfasına erişim yapmam	55	63,2
Toplam	87	100,0

Öğrencilerin yarısından fazlası (%63,2) internette karşılaştığı olumlu ve ya olumsuz herhangi bir bilgi hakkında web sayfasına erişim yapmadığını belirtirken %16,1'i web sayfası hakkında forumlarda tartışma yaptığını %11,5'i web sayfası hakkında arkadaşlarına e-mail attığını ve %9,2'si de web sayfasına e-mail attığını belirtmiştir.

**Tablo 19. İnterneti kullanma amacının dağılımı**

<b>İnterneti daha çok hangi amaçlarla kullanıyorsunuz?</b>	<b>Öğrenci Sayısı</b>	<b>Yüzde</b>
Ödevlerim için	51	51,0
Bilgi, haber vs almak için	9	9,0
Sosyal paylaşım siteleri (Youtube, Twitter, Facebook, Msn) için	28	28,0
Diğerleri	12	12,0
Toplam	100	100,0

Öğrencilerin %51'i interneti daha çok ödevlerini yapmak için kullandığını belirtirken %9'u bilgi, haber vs almak için, %28'si sosyal paylaşım sitelerine erişmek için ve %12'si de diğer işler için interneti daha çok kullandığını belirtmiştir.

**Tablo 20. Sosyal medyayı (Youtube, Twitter, Facebook, Msn) kullanma amacının dağılımı**

Sosyal medyayı (Youtube, Twitter, Facebook, Msn) daha çok hangi amaçlarla kullanıyorsunuz?	Öğrenci Sayısı	Yüzde
Bilgi edinmek	17	19,1
Haberleşmek, eğlenmek	51	57,3
Fotoğraf, video ve müzik paylaşmak	9	10,1
Sosyal medya, topluluklara girmeme izin vererek beni sosyalleştirmektedir.	7	7,9
Sosyal medya sayesinde aile, arkadaş çevresi gibi grupların dışında kendimle baş başa kalabiliyorum	5	5,6
Toplam	89	100,0

Öğrencilerin %57,3'ü sosyal medyayı daha çok haberleşmek ve eğlenmek için kullandığını belirtmiştir. Öğrencilerin %19,1'i bilgi edinmek, %10,1'i fotoğraf, video ve müzik paylaşmak için sosyal medyayı kullanmaktadır. Öğrencilerin %7,9'una göre sosyal medya, topluluklara girmeye izin vererek kendilerini sosyalleştirdiğini ifade ederken %5,6'sı da sosyal medya sayesinde aile, arkadaş çevresi gibi gruplarından dışında kalarak kendisi ile baş başa kalabildiğini belirtmiştir.

**Tablo 21. Güvenli internet kullanımı hakkında bilgi sahibi olma durumunun dağılımı**

Güvenli internet kullanımı hakkında bilginiz var mı?	Öğrenci Sayısı	Yüzde
Evet	75	75,8
Hayır	24	24,2
Toplam	99	100,0

Öğrencilerin %75,8'i güvenli internet hakkında bilgi sahibi iken %24,2'si güvenli internet hakkında herhangi bir bilgiye sahip değildir.



**Tablo 22. Güvenli internet kullanıcısı olma durumunun dağılımı**

Güvenli internet kullanıcısı mısınız?	Öğrenci Sayısı	Yüzde
Evet	54	54,5
Hayır	45	45,5
Toplam	99	100,0

Öğrencilerin %54,5'i güvenli internet kullanıcısı iken % 45,5'i güvenli internet kullanıcısı değildir.

**Tablo 23. Günlük televizyon izlenme süresinin dağılımı**

Günde kaç saat televizyon izliyorsunuz?	Öğrenci Sayısı	Yüzde
En fazla 1 saat	35	35,4
2-4 saat arası	55	55,6
5 saat ve üzeri	9	9,1
Toplam	99	100,0

Öğrencilerin %35,4'ü günde en fazla 1 saat televizyon izlediğini belirtirken %55,6'sı günde en fazla 2-4 saat arası, %9,1'i de günde 5 saat ve üzeri televizyon izlediğini belirtmiştir.

**Tablo 24. Televizyonu en çok izleme amacının dağılımı**

Televizyonu en çok hangi amaçla izliyorsunuz?	Öğrenci Sayısı	Yüzde
Dinlenmek ve eğlenmek için	23	23,2
Haber almak ve bir şeyler öğrenmek için	19	19,2
Hem eğlenmek hem de öğrenmek için	57	57,6
Toplam	99	100,0

Öğrencilerin %57,6'sı televizyonu en çok hem eğlenmek hem de öğrenmek amacıyla izlediğini belirtirken %23,2'si en çok dinlenmek ve eğlenmek, %19,2'si de en çok haber almak ve bir şeyler öğrenmek amacıyla televizyon izlediğini belirtmiştir.

**Tablo 25. Televizyonda en çok izlenen programların dağılımı**

Televizyonda en çok hangi programları izliyorsunuz?	Öğrenci Sayısı	Yüzde
Haber ve belgesel	17	17,0
Müzik, eğlence ve spor	26	26,0
Film ve dizi filmler	55	55,0
Kültür ve sanat programları	2	2,0
Toplam	100	100,0

Öğrencilerin %55'i televizyonda en çok film ve dizi filmleri, %26'sı en çok müzik, eğlence ve spor programları, %17'si en çok haber ve belgeselleri ve %2'si de en çok kültür ve sanat programlarını izlediğini belirtmiştir.

**Tablo 26. Öğrencilere göre televizyonun zararlı yönlerinin olma durumunun dağılımı**

Size göre televizyonun zararlı yönleri var mı?	Öğrenci Sayısı	Yüzde
Evet	89	89,0
Hayır	11	11,0
Toplam	100	100,0

Öğrencilerin %89'una göre televizyonun kendileri için zararlı yönleri bulunurken %11'ine göre herhangi bir zararlı yönü bulunmamaktadır.

**Tablo 27. Öğrencilere göre televizyonun zararlı yönlerinin dağılımı**

Televizyonun zararlı yönleri nelerdir?	Yüzde
Ders çalışmayı engelliyor	25,0
Dini ve ahlaki açıdan zararlı	16,3
İnsanları kendine bağımlı hale getiriyor	56,5
Bilgi karmaşasına neden oluyor	2,2
Toplam	100,0

Öğrencilerin %56,5'ine göre televizyon insanları kendine bağımlı hale getirmektedir. Televizyonun ders çalışmayı engellediğini düşünenlerin oranı %25 iken televizyonu dini ve ahlaki yönden zararlı bulanların oranı %16,3 ve bilgi karmaşasına neden olduğunu düşünenlerin oranı da %2,2'dir.

**Tablo 28. Televizyonda izlenen herhangi bir program (olumlu-olumsuz) hakkında yapılan eylemin dağılımı**

Televizyonda izlediğiniz herhangi bir program (olumlu-olumsuz) hakkında ne yaparsınız?	Öğrenci Sayısı	Yüzde
Televizyon kanalına ya da programa mesaj yazarım.	3	3,2
Televizyon kanalına ya da programa telefonla bağlanırım.	2	2,2
Televizyon kanalına ya da programa e-mail atarım.	5	5,4
Televizyonu kapatırım ya da kanal değiştiririm.	83	89,2
Toplam	93	100,0

Öğrencilerin %89,2'si televizyonda olumlu-olumsuz bir programla karşılaştığında televizyonu kapatmayı ya da kanalı değiştirdiğini belirtirken %5,4'ü televizyon kanalına ya da programa e-mail attığını, %3,2'si, televizyon kanalına ya da programa mesaj yazdığını, %2,2'si de televizyon kanalına ya da programa telefonla bağlandığını belirtmiştir.

**Tablo 29. Öğrencilerin iletişim araçlarından edindiği bilgileri arkadaşları ile tartışma sıklığının dağılımı**

Arkadaşlarınızla, iletişim araçlarından edindiğiniz bilgileri ne sıklıkla tartışırsınız?	Öğrenci Sayısı	Yüzde
Her zaman	9	9,6
Genellikle	21	22,3
Bazen	40	42,6
Nadiren	17	18,1
Hiçbir zaman	7	7,4
Toplam	94	100,0

Öğrencilerin %9,6'sı iletişim araçlarından edindiği bilgileri her zaman arkadaşları ile tartışırken, %22,3'ü genellikle, %42,6'sı bazen, %18,1'i nadiren tartışmaya girmektedir. Öğrencilerin %7,4'ü ise iletişim araçlarından edindiği bilgileri hiçbir zaman arkadaşları ile tartışmamaktadır.

**Tablo 30. Medya eğitimi hakkında bir dersin gerekliliği hakkındaki düşüncenin dağılımı**

Medya eğitimi hakkında bir ders sizce gerekli midir?	Öğrenci Sayısı	Yüzde
Evet	73	77,7
Hayır	21	22,3
Toplam	94	100,0

Öğrencilerin %77,7'sine göre medya eğitimi hakkında bir ders almak gerekli iken %22,3'üne göre gerekli değildir.

**Tablo 31. Medya okuryazarlığı hakkında bilgi sahibi olma durumunun dağılımı**

Medya okuryazarlığı hakkında bilginiz var mı?	Öğrenci Sayısı	Yüzde
Evet, yeteri kadar var	16	17,0
Evet, yeteri kadar değil	51	54,3
Hayır	27	28,7
Toplam	94	100,0

Öğrencilerin %17'si medya okuryazarlığı hakkında yeteri kadar bilgi sahibi olduğunu belirtirken %54,3'ü bilgi sahibi olduğunu fakat yeteri kadar olmadığını %28,7'si de bilgi sahibi olmadığını belirtmiştir.

### ÇAPRAZ TABLOLAR

Aşağıdaki tablolarda öğrencilerin sorulara vermiş olduğu yanıtların ikişer ikişer karşılaştırılması gösterilmiştir. Tablolardaki anlamlılık değeri  $p < 0,05$  olması durumunda sorulardan birine verilen yanıtla diğer soruya verilen yanıtlar arasında anlamlı farklılık vardır. Aksi takdirde  $p > 0,05$  ise sorulardan birine verilen yanıtla diğer soruya verilen yanıt benzerlik göstermektedir.

**Tablo 32. Gün içinde en çok yapılan eyleme göre iletişim araçlarına güvenme durumunun karşılaştırılması**

		İletişim araçlarından hangisine daha çok güveniyorsunuz?					Ki-Kare	Anlamlılık (P)
		İnternet	Gazete	Radyo	Televizyon	Kitap ve Dergi		
<b>Gün içinde en çok hangisini yaparsınız?</b>	Televizyon izlemek	14	4	0	5	12	19,923	0,337
	Radyo dinlemek	0	0	0	1	1		
	Cep telefonu kullanmak	3	1	0	0	0		
	İnternet kullanmak	8	1	0	0	1		
	Gazete ve dergi okumak	2	3	0	1	1		
	Bilgisayar oyunu oynamak	4	2	0	2	1		
	Ders çalışmak	13	4	0	6	11		

Gün içinde en çok televizyon izlediğini, internet kullandığını, bilgisayar oynadığını ve ders çalıştığını belirten öğrenciler iletişim araçlarından daha çok interneti daha sonra da kitap ve dergileri daha güvenilir bulmaktadır.

Ki-Kare analizine göre anlamlılık değeri  $p=0,337>0,05$  olduğundan öğrencilerin gün içinde en çok yaptığı eyleme göre iletişim araçlarına güvenme durumu arasında anlamlı farklılık bulunmamaktadır.

**Tablo 33. Gençler üzerine en çok etkisi olan unsur görüşüne göre aile, okul ve çevreden öğrenilen ile medyadan öğrenilenler arasındaki farklılıkların karşılaştırılması**

		Aile, okul ve çevrenizden öğrendiklerinizle medyadan öğrendikleriniz arasında çelişkiler ve farklılıklar oluyor mu?			Ki-Kare	Anlamlılık (P)
		Çok fazla oluyor	Ara sıra oluyor	Hiç olmuyor		
Sizce gençler üzerinde en çok aşağıdakilerden hangisi etkilidir?	Aile	13	45	0	16,044	0,003
	Okul	3	19	6		
	Medya	5	8	1		

Ailenin gençler üzerinde daha etkili olduğunu düşünen öğrencilere göre aile, okul ve çevreden öğrenilen ile medyadan öğrenilenler arasındaki farklılıklar ara sıra oluyor düşüncesi daha fazladır (58 öğrenciden 45'i). Okulu daha etkili düşünen öğrencilerin yaklaşık %20'si (28 öğrenciden 6'sı) aile, okul ve çevreden öğrenilen ile medyadan öğrenilenler arasında hiç farklılık olmadığını düşünmektedir. Medyayı daha etkili düşünen öğrencilerin de yarısından fazlasına göre (14 öğrenciden 8'i) aile, okul ve çevreden öğrenilen ile medyadan öğrenilenler arasında ara sıra farklılıklar olmaktadır.

Ki-Kare analizine göre anlamlılık değeri  $p=0,003<0,05$  olduğundan gençler üzerine en çok etkisi olan unsur görüşüne göre aile, okul ve çevreden öğrenilen ile medyadan öğrenilen çelişki ve farklılık görüşü arasında anlamlı farklılık vardır.

**Tablo 34. İletişim araçlarına güvenme durumu ile en fazla kullanılan iletişim aracının karşılaştırılması**

		Hangi kitle iletişim aracını daha fazla kullanıyorsunuz?					Ki-Kare	Anlamlılık (P)
		İnternet	Gazete	Radyo	Televizyon	Kitap ve dergi		
<b>İletişim araçlarından hangisine daha çok güveniyorsunuz?</b>	İnternet	24	1	2	16	1	37,370	0,000
	Gazete	5	4	0	3	2		
	Radyo	0	0	0	0	0		
	Televizyon	5	0	1	8	0		
	Kitap ve dergi	6	0	1	13	7		

İnterneti daha güvenilir bulan öğrencilerin yarısından fazlası (24/44) ilk olarak interneti daha sonra da televizyonu daha çok kullanmaktadır. Televizyonu daha güvenilir bulan öğrencilerin yarısından fazlası (8/15) ilk olarak televizyonu daha sonra da interneti daha fazla kullanmaktadır. Genel olarak bakıldığında zaman öğrenciler hangi iletişim aracını daha güvenilir buluyorsa o kitle iletişim aracını daha fazla kullanmaktadır.

Ki-Kare analizine göre anlamlılık değeri  $p=0,000<0,05$  olduğundan iletişim araçlarına olan güvenilirlik durumuna göre en çok kullanılan kitle iletişim araçları arasında anlamlı farklılıklar vardır.

**Tablo 35. Öğrencilerin evinde bilgisayar olma durumuna göre gün içinde en çok yapılan eylemin karşılaştırılması**

		Gün içinde en çok hangisini yaparsınız?							Ki-Kare	Anlamlılık (P)
		Televizyon izlemek	Radyo dinlemek	Cep telefonu kullanmak	İnternet kullanmak	Gazete ve dergi okumak	Bilgisayar oyununu oynamak	Ders çalışmak		
<b>Evinizde bilgisayar var mı?</b>	Evet	19	1	3	10	5	6	18	10,594	0,102
	Hayır	16	1	1	0	2	1	16		

Evinde bilgisayar olan öğrencilerin gün içinde en çok yaptığı eylem ilk olarak televizyon seyretmek daha sonra da ders çalışmak olmaktadır. Evinde bilgisayar olan öğrencilerin gün içinde yaptığı üçüncü eylem ise internete girmektir. Evinde bilgisayar olmayan öğrenciler ise gün içinde en fazla televizyon izlemekte ve ders çalışmaktadır.

Ki-Kare analizine göre anlamlılık değeri  $p=0,102>0,05$  olduğundan öğrencilerin evinde bilgisayar olma durumuna göre gün içinde yaptığı eylemler arasında pek farklılık bulunmamaktadır.

**Tablo 36. Öğrencilerin evinde internet olma durumuna göre gün içinde en çok yapılan eylemin karşılaştırılması**

		Gün içinde en çok hangisini yaparsınız?							Ki-Kare	Anlamlılık (P)
		Televizyon izlemek	Radyo dinlemek	Cep telefonu kullanmak	İnternet kullanmak	Gazete ve dergi okumak	Bilgisayar oyunu oynamak	Ders çalışmak		
Evinizde internet var mı?	Evet	15	0	1	9	5	2	14	13,183	0,040
	Hayır	19	2	3	1	2	5	20		

Evinde internet olan öğrenciler gün içinde en fazla televizyon izlemekte, daha sonra ders çalışmakta üçüncü olarak ise internet kullanmaktadır. Evinde internet olmayan öğrenciler ise gün içinde en fazla ders çalışmakta daha sonra televizyon izlemekte ve üçüncü olarak da internet kullanmaktadır. Evinde internet olmayan öğrenciler evinde internet olan öğrencilere göre daha fazla radyo dinlemekte, daha fazla cep telefonu kullanmakta ve daha fazla bilgisayar oyunu oynamaktadır.

Ki-Kare analizine göre anlamlılık değeri  $p=0,040<0,05$  olduğundan öğrencilerin evinde internet olma durumuna göre gün içinde en çok yaptığı eylemler arasında anlamlı farklılıklar vardır.

**Tablo 37. Öğrencilerin evinde bilgisayar olma durumuna göre kitle iletişim araçlarını kullanma durumunun karşılaştırılması**

		Hangi kitle iletişim aracını daha fazla kullanıyorsunuz?					Ki-Kare	Anlamlılık (P)
		İnternet	Gazete	Radyo	Televizyon	Kitap ve dergi		
Evinizde bilgisayar var mı?	Evet	36	2	2	18	4	21,669	0,000
	Hayır	4	3	2	22	6		

Evinde bilgisayar olan öğrencilerin en fazla kullandığı kitle iletişim aracı internet daha sonra da televizyon olmuştur. Evinde bilgisayar olmayan öğrencilerin ise en fazla kullandığı kitle iletişim aracı televizyon daha sonra kitap ve dergiler üçüncü olarak ise internet olmuştur.

Ki-Kare analizine göre anlamlılık değeri  $p=0,000<0,05$  olduğundan öğrencilerin evinde bilgisayar olma durumuna göre en çok kullandığı kitle iletişim araçları arasında anlamlı farklılıklar vardır.

**Tablo 38. Öğrencilerin evinde internet olma durumuna göre kitle iletişim araçlarını kullanma durumunun karşılaştırılması**

		Hangi kitle iletişim aracını daha fazla kullanıyorsunuz?					Ki-Kare	Anlamlılık (P)
		İnternet	Gazete	Radyo	Televizyon	Kitap ve dergi		
Evinizde internet var mı?	Evet	32	1	0	11	2	30,959	0,000
	Hayır	8	4	4	28	8		

Evinde internet olan öğrencilerin en çok kullandığı kitle iletişim aracı ilk olarak internet daha sonra da televizyon olmuştur. Evinde internet olmayan öğrencilerin ise en çok kullandığı kitle iletişim aracı ilk olarak televizyon daha sonra internet ve kitap-dergi olmuştur.

Ki-Kare analizine göre anlamlılık değeri  $p=0,000<0,05$  olduğundan öğrencilerin evinde internet olma durumuna göre en çok kullandığı kitle iletişim araçları arasında anlamlı farklılıklar vardır.

**Tablo 39. Öğrencilerin günlük televizyon izleme süresi ile televizyonu izleme amacının karşılaştırılması**

		Televizyonu en çok hangi amaçla izliyorsunuz?			Ki-Kare	Anlamlılık (P)
		Dinlenmek ve eğlenmek için	Haber almak ve bir şeyler öğrenmek için	Hem eğlenmek hem de öğrenmek için		
Günde kaç saat Televizyon izliyorsunuz?	En fazla 1 saat	7	8	20	5,873	0,209
	2-4 saat arası	15	7	33		
	5 saat ve üzeri	1	4	4		



Günde en fazla 1 saat televizyon izleyen öğrencilerin yaklaşık %57'si (20/35) hem eğlenmek hem de öğrenmek için televizyon izlediğini belirtmiştir. Dinlenmek ve eğlenmek ile haber almak ve bir şeyler öğrenmek için televizyon izleyenlerin oranı da hemen hemen bir birine yakındır. Günde 2-4 saat arası televizyon izleyenler en çok eğlenmek ve öğrenmek daha sonra dinlenmek ve eğlenmek en son olarak da haber almak ve bir şeyler öğrenmek amacıyla televizyon izlemektedir. 5 saat üzeri televizyon izleyenler ise en çok haber almak ve bir şeyler öğrenmek ve hem eğlenmek hem de öğrenmek amacıyla televizyon izlediklerini belirtmiştir.

Ki-Kare analizine göre anlamlılık değeri  $p=0,209 > 0,05$  olduğundan öğrencilerin televizyon izleme sürelerine göre televizyonu izleme amaçları arasında anlamlı farklılık bulunmamıştır.

**Tablo 40. Öğrencilerin günlük televizyon izleme süresi ile televizyonda en çok izlediği programların karşılaştırılması**

		Televizyonda en çok hangi programları izliyorsunuz?				Ki-Kare	Anlamlılık (P)
		Haber ve belgesel	Müzik, eğlence ve spor	Film ve dizi filmler	Kültür ve sanat programları		
Günde kaç saat televizyon izliyorsunuz?	En fazla 1 saat	8	9	18	0	6,271	0,394
	2-4 saat arası	7	15	32	1		
	5 saat ve üzeri	2	2	4	1		

Her saat diliminde öğrencilerin en çok izlediği televizyon programı ilk olarak film ve dizi filmler daha sonra müzik, eğlence ve spor programları olmuştur. Haber ve belgesel programları öğrencilerin tümü için üçüncü izlenen program kültür ve sanat programları ise tüm öğrenciler için en az izlenen televizyon programı olmuştur.

Ki-Kare analizine göre anlamlılık değeri  $p=0,394 > 0,05$  olduğundan öğrencilerin günlük televizyon izleme sürelerine göre izledikleri televizyon programları arasında anlamlı farklılıklar bulunmamaktadır.

Öğrencilerin medyayı kullanımına yönelik yapılan anket çalışmasında, öğrencilerin gün içinde en fazla yaptığı eylemin televizyon izlemek ve ders çalışmak olduğu belirlenmiştir. Günde 2-4 saat arası herhangi bir kitle iletişim aracı kullandıkları

ve en fazla zaman geçirdikleri kitle iletişim aracının ise televizyon olduğu ortaya çıkmaktadır.

Fakat gençler üzerindeki en fazla etki sizce hangisidir? adlı soruya ise medya cevabını verenler %14 ile üçüncü unsur olmuştur. Buna karşın özellikle öğrencilerin %89'una göre televizyonun kendileri için zararlı yönlerinin olduğunu belirtmesi öğrencilerin kendileriyle çeliştiğini ortaya koymaktadır.

Öğrencilerin %10,1'i kitap ve dergileri en fazla tercih ederken, interneti tercih edenlerin oranı ise %40,4'tür. Kitap ve dergilere olan ilginin azlığı çok açık ortada iken, özellikle öğrencilerin internet hizmeti alabilmeleri için %33'ünün internet kafeleri kullanmaları daha olumsuz bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Yani kontrolsüz ve bilinçsiz bir şekilde internet erişimi sağlanmaktadır. Öğrencilerin yarısından fazlası (%63,2) internette karşılaştığı olumlu ve ya olumsuz herhangi bir bilgi hakkında web sayfasına erişim yapmadığını belirtmesi ise bu olumsuz durumu ortaya sermektedir.

Güvenli internet hakkında %75,8'i bilgi sahibi olduğu halde, % 45,5'i güvenli internet kullanıcısı değildir. Bu durum ise medya eğitiminin gerekliliğini ortaya koymaktadır. Öğrencilerin de %77,7'si medya eğitimi hakkında bir ders almanın gerekli olduğunu belirtmişlerdir. Öğrencilerin sorulara vermiş olduğu yanıtların ikişer ikişer karşılaştırılmasında ise interneti daha güvenilir bulan öğrencilerin yarısından fazlasının ilk olarak interneti kullandıklarını yani genel olarak bakıldığı zaman öğrenciler hangi iletişim aracını daha güvenilir buluyorsa o kitle iletişim aracını daha fazla kullanmaktadır. Buradan hareketle öğrencilere hangi iletişim aracının ne kadar güvenli olup olmadığı anlatıldığı takdirde öğrencileri kitle iletişim araçlarını daha güvenli bir şekilde kullanacağı kanısı ortaya çıkmaktadır.

## 5. BÖLÜM:

### 5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Medyanın öğrenci yaşamındaki etkisi her geçen gün daha da artmaktadır. Özellikle çocukların, yılın yaklaşık olarak 900 saatini okulda, 1500 saatini ise ekran karşısında geçirdiği düşünüldüğünde bu durumun ciddiyeti daha da anlaşılacaktır. Televizyonun yoğun etkisinin en hassas alıcısı durumundaki çocukların maalesef %82'lik gibi büyük bir kısmı bu etkinliği, zamanını ve süresini kendileri tayin etmektedirler. Yani ailenin çocuk üzerinde çok fazla etkili olmadığını ortaya koymaktadır. Medya karşısında öğrencilerin olumsuz etkilere çok açık bir şekilde maruz kalmalarının en önemli nedenlerinden birisinin de bu konu hakkında aile ve öğrencilerin yeterli bilgiye sahip olmadığıdır. Yapılan birçok araştırma da bunun böyle olduğunu göstermektedir.

İlköğretim çağındaki bir çocuğun ebeveyninin en az 35 yaşında olacağını varsayarak, ülkemizdeki 35 yaş üstü kadın ve erkeklerin eğitim durumlarını ve bunların toplam nüfuslarına oranlarını hesapladığımızda; TÜİK'in verilerine göre 2000 yılı genel sayımında ülkemizin nüfusu 67.800.000, 35 yaş üstü toplam nüfus ise 17.600.000'dir. Bu nüfusun %70'i (12.300.000) ilkokul, %9'u (1.555.000) ortaokul, %11'i (2.050.000) lise ve %10'u (1.720.000) yüksekokul mezunudur. Bu tablodan da anlaşılacağı üzere eğitim seviyesi bu kadar düşük ebeveynlerin, çocuklarını medyanın manipüle edici etkisinden korumaları mümkün değildir (<http://www.medyaokuryazarligi.org.tr/neden.html>). Ailelerin bu konu hakkında bilinçlendirilmeleri gerekmektedir. Okullarımızda ailelere yönelik medyanın etkisi ile ilgili değişik bilgilendirme programları yapılmalıdır.

Televizyona yönelimin bu kadar fazla olmasının nedeninin insanların televizyonu çok sevmelerinden değil, örneğin kitap okuma gibi değişik iletişim türünü hiç denecek kadar az tadabilmiş olduğundan bahsedebiliriz. Oskay, düşüncelerine şu şekilde devam etmektedir: "Toplumsal yaşamda kendilerini güçsüz hissedenler fazla zihinsel çaba gerektirmeyen; çeşitlilik göstermeyen; nesnel ve olgusal malzeme kullanmayan;

basamaklıp tipleştirmelere ve klişe anlatıma dayanan; sonunda ne çıkacağı başlangıçta belli olan yayımlara yönelmektedirler.” (Oskay, 2000:334).

İşte burada medya okuryazarlığı projesi, yalnızca medya kullanımında değil, toplumsal hayatın da daha bilinçli, düşünen, sorgulayan ve beğenmediği koşulları kabullenerek yaşamak yerine değiştirmek için harekete geçen bireylerin yaratılması açısından uzun vadeli bir dönüşüm projesidir. Bu projenin en önemli ayağını, her konuda olduğu gibi eğitim oluşturmaktadır.

Buradan hareketle öğrencilere olayların pek çok boyutunu göstermesi, onların karar verebilme yeteneklerini, hayal gücü ve yaratıcılık becerilerini geliştirmelerini sağlayan sosyal bilgiler eğitimi, medya ve medya eğitimi açısından önem arz etmektedir. Sosyal Bilgiler dersine verilecek önemin artırılması öğrencilerin medyayı doğru kullanmalarında olumlu etkisi olacağı düşünülmektedir.

Medya okuryazarlığı dersinin özellikle Eğitim fakültelerinde bu konu ile ilgili uzman öğretmenler yetiştirmek amacıyla verilmesi gerekmektedir. Öğrencilerimizin ilkokula başlamadan önce anaokullarında bol resimli kitaplarla medya konusunda, öğrencilerimize bu bilinç oluşturulmalıdır.

Medya okuryazarlığı dersi seçmeli ders olmaktan çıkarılıp, zorunlu ders haline getirilmelidir. Medya eğitimi Yüksek Lisans ve Doktora öğrencilerine daha fazla tez konusu olarak verilmelidir. İnsanların medya karşısında ikinci elden yorumlanmış bilgilerin bombardımanı altında kaldıkları bilincini onlara hissettirmek ve farkında olmayanları uyarmak toplumsal bir sorumluluktur.

## KAYNAKLAR

- Akay, İ. (2006). Sosyalleşme Sürecinde Kitle İletişim Araçları, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul.
- Akçalı, İçin Selda (2009). Tüketim Toplumunda Çocukluğun Yitişi, Çocuk ve Medya. Ankara: Nobel Yayınları.
- Akgül, A. E. (2006). Popüler Kültür-Televizyon İlişkisi Üzerine Bir Değerlendirme, Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi. Aydın.
- Alver, F. (2004). “Medya Pedagojisi Çalışmaları”. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Issn: 1304-3846.
- Arslan, A. (2012). “Medyanın Birey, Toplum ve Kültür Üzerine Etkileri”. Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi, Issn: 1303-5134.
- Ata, Bahri (2008). Bilim ve Teknolojinin Sosyal Değişime Etkisi. Ankara: Pegem Yayınları.
- Aziz, Aysel (1975). Televizyon’un Yetişkin Eğitimindeki Yeri ve Önemi. Ankara: Sevinç Yayınları.
- Aziz, Aysel (2006). Televizyon ve Radyo Yayıncılığı. Ankara: Turhan Yayınları.
- Bahri, A. 2006. Sosyal Bilgiler Öğretim Programı, 3. Hayat Bilgisi ve Sosyal Bilgiler Öğretimi Yapılandırmacı Bir Yaklaşım (C. Öztürk) Pegem Yayınları, Ankara.
- Bakırcı, H. (2006). Yazılı, Görsel ve İşitsel Medyanın İnsanların Siyasi Davranışları Üzerindeki Etkileri ve Kütahya Örnekleme, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi. Kütahya.
- Balcı, Ş. ve B. Ayhan. (2007). “ Üniversite Öğrencilerinin İnternet Kullanım ve Doyumları Üzerine Bir Saha Araştırması”. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 174-179.
- Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı, Bilgi Toplumu İstatistikleri, Yayın No 2826, Haziran 2011.
- Bayrak, H. (2010). “Medyanın Toplum Üzerine Etkileri”. Written by Administrator Sunday, 21 March 2010 22:27.

- Büyükbaykal, G. (2007). “Televizyonun Çocuklar Üzerinde Etkileri”. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Sayı:28 B.
- Carr, N. (2012). Yüzeysellik İnternet Bizi Aptal mı Yapıyor. (Çev. İbrahim Kapaklıkaya) İstanbul: Ufuk Yayınları.
- Chomsky, N. (2002). Medya Gerçeği. (Çev. Abdullah Yılmaz ve Osman Akınhay) İstanbul: Everest Yayınları.
- Çalışkan, H. (2009). “Sosyal Bilgiler Öğretiminde Araştırmaya Dayalı Öğrenme Yaklaşımının Eleştirel Düşünme Becerisine Etkisi”. Kastamonu Eğitim Dergisi, Cilt:17 No:1.
- Çetinkaya, S. (2008). Bilinçli Medya Kullanıcıları Yaratma Sürecinde Medya Okuryazarlığının Önemi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.Yüksek Lisans Tezi. Ankara.
- Demir, T. (2011). “Medya ve Ergen”. Türkiye Türk Pediatri Dergisi, Özel Sayı 46, s.22-4.
- Denizci, M. (2009). “Bilişim Toplumu Bağlamında İnternet Olgusu ve Sosyo psikolojik Etkileri”. Marmara İletişim Dergisi, Sayı: 15.
- Deveci, H. (2008). “Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarından Medya Okuryazarlığına Bir Bakış”. Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Eğitim Fakültesi Dergisi, Cilt 5,Sayı 2, s.25-43.
- Dewey, J. (2010). Okul ve Toplum (Çev. H.Avni Başman) Ankara: Pegem Yayınları.
- Dinçer, M. Yılmazkol, Ö. 2009. Televizyon, Çocuklara Gerçek Hayatı Şiddetle Öğreten Çağdaş Masal Anlatıcısı, 197. Çocuk ve Medya (S. İ. Akçalı) Nobel Dağıtım, Ankara
- Ergun, Mustafa (1994). Eğitim Sosyolojisine Giriş (Eğitim ve Toplum). Ankara: Ocak Yayınları.
- Ersöz, S. Meral, P. 2006. İnternet Okuryazarlığı ve Dijital Uçurum, 150. Medya Okuryazarlığı (N. Türkoğlu) Marmara Yayınları, İstanbul.
- Ertürk, D. ve A. Gül. (2006). Çocuğunuzu Televizyona Teslim Etmeyin Medya Okuryazarı Olun. Ankara: Nobel Yayınları.

- Güler, D. (1990). Eğitim İletişimi Kurumu Olarak Çocuk Televizyonu ve Uygulamaları ile Bir Model Önerisi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Doktora Tezi. Eskişehir.
- Gürkan, N. 2011. Medya ve Toplum İlişisini Anlamak Üzerine Bir Çerçeve, 2. Medya ve Toplum (S. Alankuş) Zafer Yayınları, İstanbul.
- İnal, A. 2011. Medyanın Etkisi Sorunsalına Başka Bir Bakış, 61. Medya ve Toplum (S. Alankuş) Zafer Yayınları, İstanbul.
- İnceoğlu, Y. 2006. Medyayı Doğru Okumak, 4. Medya Okuryazarlığı (N. Türkoğlu) Marmara Yayınları, İstanbul.
- Jeanneney, J- N. (2006). Başlangıçtan Günümüze Medya Tarihi, (Çev. Esra Atuk) İstanbul: Yky Yayınları.
- Kartal, O. Y. (2007). Ortaöğretim 10. Sınıf Öğrencilerinin Televizyon Dizilerindeki Mesajları Algılamalarında Medya Okuryazarlığının Etkisi, Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi. Çanakkale.
- Kaya, K. ve M. Tuna. (2008). “İlköğretim Çağındaki Çocukların Sosyalleşmesinde Televizyonun Etkisi”. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı:17, s.159-182.
- Kocadaş, B. (2005). “ Kültür ve Medya”. İnönü Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Bilig, Sayı 34, 1-13, Yaz.
- Konukman, E. A. (2006). Medya ve Kültür: Son Dönem Televizyon Dizilerinin Yaşam Tarzı Üzerindeki Etkileri, Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi. Ankara.
- Kutoğlu, Ü. 2006. Medya Okuryazarlığı ve Çocuk Eğitimi Media Liretacy and Pedagogy, 62. Medya Okuryazarlığı (N. Türkoğlu) Marmara Yayınları, İstanbul.
- Nalçaoğlu, H. 2011. Medya ve Toplum İlişisini Anlamak Üzerine Bir Çerçeve, 43. Medya ve Toplum (S. Alankuş) Zafer Yayınları, İstanbul.
- Oskay, Ünsal (2000). XIX yy'dan Günümüze Kitle İletişimin Kültürel İşlevleri Kuramsal Bir Yaklaşım. İstanbul: Der Yayınları.
- Öztürk, Cemil (2006). Hayat Bilgisi ve Sosyal Bilgiler Öğretimi Yapılandırmacı Bir Yaklaşım. Ankara: Pegem Yayınları.

- Paker, O. 2009. Çocuk Temsilleri ve Medya Okuryazarlığı Eğitimi, 129. Çocuk ve Medya (S. İ. Akçalı) Nobel Dağıtım, Ankara
- Postman, N. (2004). Televizyon, Öldüren Eğlence, Gösteri Çağında Kamusal Söylem. (Çev. Osman Akınhay) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Radyo Televizyon Üst Kurulu, İlköğretim Çağındaki Çocukların Televizyon İzleme Alışkanlıkları Araştırması, Ankara, 2007.
- Rossiter, G. (1999). “The Shaping Influence of Film and Television on the Spirituality and Identity of Children and Adolescents: an educational response - part 3”. International Journal of Children's Spirituality, 4:2, 207-224, s. 25.
- Sarıfakıoğlu, B. (2007). “İnternetin Toplumsal Etkileri”. Elektrik Mühendisliği Dergisi, Sayı 431.
- Serim, Ömer (2007). Türk Televizyon Tarihi 1952-2006. İstanbul: Eplison Yayınları.
- Sezer, Ömer (2007). Medya Şiddet Toplumu. Eskişehir: İletişim Bilimleri Yayınları.
- Sönmez, Veysel (1998). Sosyal Bilgiler Öğretimi ve Öğretmen Kılavuzu. Ankara: Anı Yayınları.
- Sözer, E. (Tarihsiz). “Sosyal Bilgiler Programının Amaçları, İlkeleri ve Temel Özellikleri”. Anadolu Üniversitesi. 20.
- Taşkıran, Nurdan Öncel (2007). Medya Okuryazarlığına Giriş. İstanbul: Beta Yayınları.
- Tekinalp, Şermin (2003). Camera Obscura'dan Synopticon'a Radyo ve Televizyon. İstanbul: Der Yayınları.
- Tezcan, Mahmut (1994). Eğitim Sosyolojisi. Ankara: Dizgi Ofset.
- Topuz, H. 2006. Medya Eğitimi: Medya Çözümlemesi (Media Education, Education aux Medias), 3. Medya Okuryazarlığı (N. Türkoğlu) Marmara Yayınları, İstanbul.
- Treske, L. 2006. Medya Okur Yazarlığı: Neden Gerekli, 8. Medya Okuryazarlığı (N. Türkoğlu) Marmara Yayınları, İstanbul.
- Ulaş, H. ve B. Koçak. (Tarihsiz). “Bir Şiddet Potansiyeli Olarak Medya” Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi, 4.



- Ünlüer, G. (2008). Sosyal Bilgiler Dersinde Gazete Kullanımının Öğrencilerin Akademik Başarılarına ve Tutumlarına Etkisi, Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Doktora Tezi. Eskişehir.
- Yılmaz, N. (2007). Bilgi Toplumunda Okul ve Medya İlişkisi: Türkiye Örneği, Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul.
- “Çocuk ve Televizyon” <http://www.tedbursa.k12.tr/data/pdf/rehberlik/dokumanlar/9.pdf> (11.09.2012)
- “Using Newspapers in Family History Research” <http://globalgenealogy.com/globalgazette/gazsh/gazsh-0004.htm> (08.09.2012)
- “İlköğretim çağı çocukları için TV izleme araştırması“ [http://.medyaokuryazarligi.org.tr/arastirma\\_moy.html](http://.medyaokuryazarligi.org.tr/arastirma_moy.html) (10.10.2012)
- “İlköğretim Programı” <http://ttkb.meb.gov.tr/program2.aspx/program2.aspx?islem=1&kno=37> (18.01. 2013)
- “İnternet Kullanımıyla İlgili İlginç Veriler”<http://datahaber.com.tr/index.php/datametres/671-btk-baskan-internet-kullanmyla-iligili-iliginc-verileri-acklad.html> (15.12.2012)
- “İnternet Bağımlılığı Gerçek mi, Efsane mi?” <http://www.egitimbirsen.org.tr/yayinlarimiz/245-egitimbirsen.org.tr-245.pdf> (09.11.2012)
- “Kadın ve Toplum” [http://www.kadininstatusu.gov.tr/upload/mce/eski\\_site/Pdf/TCEUlusaleytemplani.pdf](http://www.kadininstatusu.gov.tr/upload/mce/eski_site/Pdf/TCEUlusaleytemplani.pdf) (20.09.2012)
- “Medya ve Eğitim İlişkisi Üzerine Bir Araştırma” <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:http://okul.selyam.net/docs/index-171370.html> (20.09.2012)
- “Medya Okuryazarlığı Nedir?” <http://www.medyakuryazarligi.org.tr/nedir.html> (10.10.2012)
- “Medya ve Ruh Sağlığı” (<http://www.belgeler.com/blg/2b9t/medya-ve-ruh-salii-nabiz-dergisi>) (09.06.2012)
- “Medyanın Birey, Toplum ve Kültür Üzerine Etkileri” <http://www.insanbilimleri.com/ojs/index.php/uib/article/view/162> (10.06.2012)

“Medya Kitabı” [http://www.medyakuryazarligi.org.tr/kaynaklar/ MEDYAI kitab%C4%B1.doc](http://www.medyakuryazarligi.org.tr/kaynaklar/MEDYAI_kitab%C4%B1.doc) (10.10.2012)

“Neden Medya Okuryazarlığı Dersi?” [http://www.medyakuryazarligi.org.tr/ neden.html](http://www.medyakuryazarligi.org.tr/neden.html) (12.09.2012)

“Online Etymology Dictionary” <http://www.etymonline.com/> (01.07.2012)

“Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması” ([http://www.rtuk.orgtr/sayfalar/IcerikGoster.aspx?icerik\\_id=fceac66bd555-433f-9f0b](http://www.rtuk.orgtr/sayfalar/IcerikGoster.aspx?icerik_id=fceac66bd555-433f-9f0b)) (03.06.2012)

“Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması” ([http://www.rtuk.org.tr/sayfalar/IcerikGoster.aspx?icerik\\_id=fceac66bd555-433f-9f0b](http://www.rtuk.org.tr/sayfalar/IcerikGoster.aspx?icerik_id=fceac66bd555-433f-9f0b)) (03.06.2012)

**EKLER****EK 1: ANKET FORMU****ANKET FORMU****Sevgili Öğrenciler,**

Kitle iletişim araçlarının günlük yaşantımızdaki etkisi her geçen gün artmaktadır. Özellikle gelişen teknolojiyle İnternet, televizyon (vb) medya araçlarını daha fazla kullanılmaktadır. Hızlı ve kontrolsüz bir şekilde artan medya kullanım süreleri, hayatımızda olumlu ve olumsuz birçok etkiye neden olmaktadır. Öğrenci eğitiminde de neredeyse öğretmenin yerine geçmiş olan bu kitle iletişim araçlarının kullanım düzeyleri araştırmamıza konu olmuştur.

Araştırmanın sonuçları Erciyes Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Sosyal Bilgiler Öğretimi programında “Sosyal Bilgiler Öğretimi ve Medya” adlı tez çalışması için kullanılacaktır.

Araştırmamıza gösterdiğiniz ilgi ve destekten dolayı teşekkür ederim.

Tayfur KURTULMUŞ  
Erciyes Üniversitesi  
Eğitim Bilimleri Enstitüsü  
Yüksek Lisans Programı Öğrencisi

**ÖĞRENCİLERİN MEDYAYI KULLANMA DURUMLARINA YÖNELİK  
ANKET ÇALIŞMASI**

<b>Gün içinde en çok hangisini yaparsınız?</b>	
Televizyon izlemek	
Radyo dinlemek	
Cep telefonu kullanmak	
İnternet kullanmak	
Gazete ve dergi okumak	
Bilgisayar oyunu oynamak	
Ders çalışmak	

<b>Sizce gençler üzerinde en çok hangisi etkilidir?</b>	
Aile	
Okul	
Medya	

<b>Medyanın, tutum ve davranışlar üzerinde etkili olduğuna inanıyor musunuz?</b>	
Çok etkili	
Biraz etkili	
Etkili değil	
Hiç etkili değil	

<b>Aile, okul ve çevrenizden öğrendikleriniz ile medyadan öğrendikleriniz arasında çelişkiler ve farklılıklar oluyor mu?</b>	
Çok fazla oluyor	
Ara sıra oluyor	
Hiç olmuyor	

<b>Hangi kitle iletişim aracını daha fazla kullanıyorsunuz?</b>	
İnternet	
Gazete	
Radyo	
Televizyon	
Kitap ve dergi	

<b>Günlük olarak, kitle iletişim araçlarını kullanım sıklığı?</b>	
En fazla 1 saat	
2-4 saat	
5 saat ve üzeri	

<b>Evinizde bilgisayar var mı?</b>	
Evet	
Hayır	

<b>Evinizde internet var mı?</b>	
Evet	
Hayır	

<b>İnternete nasıl ulaşıyorsunuz?</b>	
Kablolu ve kablosuz ağ bağlantıları	
Cep telefonu	
Winn	
Cafee	

<b>İnternet kullanımınızda herhangi bir sınırlamanız var mı?</b>	
Evet	
Hayır	

<b>Cevabınız evet ise bu aşağıdakilerden hangisidir?</b>	
Belirli zaman dilimlerinde girebilirim	
Ödevlerimi tamamladığım takdirde girebilirim	

<b>İnternette karşılaştığınız herhangi bir bilgi (olumlu-olumsuz) hakkında ne yaparsınız?</b>	
Web sayfasına e-mail atarım	
Web sayfası hakkında arkadaşlarıma e-mail atarım	
Web sayfası hakkında forumlarda tartışırım	
Web sayfasına erişim yapmam	

<b>İnterneti daha çok hangi amaçlarla kullanıyorsunuz?</b>	
Ödevlerim için	
Bilgi, haber vs almak için	
Sosyal paylaşım siteleri (Youtube, Twitter, Facebook, Msn) için	
Diğerleri	

<b>Güvenli internet kullanımı hakkında bilginiz var mı?</b>	
Evet	
Hayır	

<b>Güvenli internet kullanıcısı mısınız?</b>	
Evet	
Hayır	

<b>Günde kaç saat televizyon izliyorsunuz?</b>	
En fazla 1 saat	
2-4 saat arası	
5 saat ve üzeri	

<b>Televizyonu en çok hangi amaçla izliyorsunuz?</b>	
Dinlenmek ve eğlenmek için	
Haber almak ve bir şeyler öğrenmek için	
Hem eğlenmek hem de öğrenmek için	

<b>Televizyonda en çok hangi programları izliyorsunuz?</b>	
Haber ve belgesel	
Müzik, eğlence ve spor	
Film ve dizi filmler	
Kültür ve sanat programları	

<b>Sosyal medyayı (Youtube, Twitter, Facebook, Msn) daha çok hangi amaçlarla kullanıyorsunuz?</b>	
Bilgi edinmek	
Haberleşmek, eğlenmek	
Fotoğraf, video ve müzik paylaşmak	
Sosyal medya, topluluklara girmeme izin vererek beni sosyalleştirmektedir.	
Sosyal medya sayesinde aile, arkadaş çevresi gibi grupların dışında kendimle baş başa kalabiliyorum	

<b>Size göre televizyonun zararlı yönleri var mı?</b>	
Evet	
Hayır	

<b>Televizyonun zararlı yönleri nelerdir?</b>	
Ders çalışmayı engelliyor	
Dini ve ahlaki açıdan zararlı	
İnsanları kendine bağımlı hale getiriyor	
Bilgi karmaşasına neden oluyor	

<b>Televizyonda izlediğiniz herhangi bir program (olumlu-olumsuz) hakkında ne yaparsınız?</b>	
Televizyon kanalına ya da programa mesaj yazarım.	
Televizyon kanalına ya da programa telefonla bağlanırım.	
Televizyon kanalına ya da programa e-mail atarım.	
Televizyonu kapatırım ya da kanal değiştiririm.	

<b>Arkadaşlarınızla, iletişim araçlarından edindiğiniz bilgileri ne sıklıkla tartışırsınız?</b>	
Her zaman	
Genellikle	
Bazen	
Nadiren	
Hiçbir zaman	

<b>Medya eğitimi hakkında bir ders sizce gerekli midir?</b>	
Evet	
Hayır	

<b>Medya okuryazarlığı hakkında bilginiz var mı?</b>	
Evet, yeteri kadar var	
Evet, yeteri kadar değil	
Hayır	

## ÖZ GEÇMİŞ

### KİŞİSEL BİLGİLER

Adı, Soyadı: Tayfur KURTULMUŞ

Uyruğu: Türkiye (TC)

Doğum Tarihi ve Yeri: 1 Temmuz 1983, Kahramanmaraş

Medeni Durumu: Evli

Tel: +90 539 609 36 51

email: kurtulmustayfur@hotmail.com

Yazışma Adresi: Alparslan Türkeş Bul. Aşağı Kayabaşı Mah. Aydoğanlar Sitesi  
Mevlütbey Apt. B/blok Kat3/11 Merkez/NİĞDE

### EĞİTİM

Derece	Kurum	Mezuniyet Tarihi
Yüksek Lisans	EÜ Eğitim Bilimleri Enstitüsü	Halen
Lisans	Niğde Üniv. Sos. Bil. Öğr.	2007
Lise	İbrahim Çalık Lisesi, K.Maraş	2000

### İŞ DENEYİMLERİ

Yıl	Kurum	Görev
2009- 2013	Niğde Özel Sungurbey Orta Okulu	Öğretmen

### YABANCI DİL

İngilizce